

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
79 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2019

Наукове видання

Збірник тез доповідей 79 наукової конференції викладачів академії
16 – 19 квітня 2019 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеської національної академії харчових технологій,
протокол № 9 від 02.04.2019 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова

Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови

Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Амбарцумянц Р.В., д-р техн. наук, професор

Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор

Бурдо О.Г., д.т.н., професор

Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор

Гапонюк О.І., д.т.н., професор

Жигунов Д.О., д.т.н., доцент

Іоргачова К.Г., д.т.н., професор

Капрельянц Л.В., д.т.н., професор

Коваленко О.О., д.т.н., ст.н.с.

Косой Б.В., д.т.н., професор

Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор

Мардар М.Р., д.т.н., професор

Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор

Осипова Л.А., д-р техн. наук, доцент

Павлов О.І., д.е.н., професор

Плотніков В.М., д-р техн. наук, доцент

Станкевич Г.М., д.т.н., професор,

Савенко І.І., д.е.н., професор,

Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор

Ткаченко Н.А., д.т.н., професор,

Ткаченко О.Б., д.т.н., професор

Хобін В.А., д.т.н., професор,

Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор

Черно Н.К., д.т.н., професор

4. В якості умов спрощення користування системою лояльності пропонується мобільний додаток, який містить інформацію про товари, найближчі та поточні акції, дає можливість користування карткою клієнта.

5. Програма-лояльності розповсюджується на діяльність інтернет-магазину, який належить мережі.

6. Наявність компаній-партнерів торговельної мережі (кафе, ресторани, спеціалізовані магазини тощо) дозволяє отримувати знижки користуючись карткою клієнта магазинів певної торговельної мережі.

Література

1. Развитие программ лояльности в Украине [Електронный ресурс] / IFAK Ukraine маркетинговые исследования [сайт]. – Режим доступа страницы: http://www.ifak.com.ua/wp-content/uplo-ads/IFAK_LoyaltyForum_oct2010.pdf – Название с экрана.

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ДЛЯ ПРОЕКТНОГО ГОТЕЛЬНОГО МІКРОБІЗНЕСУ

**Устенко І.А., канд. техн. наук, доцент, Мардар М.Р., д-р техн. наук, професор
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Готельний бізнес охоплює широкий діапазон видів діяльності і виходить за рамки традиційного уявлення про нього, як про явище, що пов'язано тільки з послугами розміщення та відпочинком, тому ефект управління готельним комплексом повинен розглядатися з точки зору попиту особливого типу споживача, а ні з точки зору пропозиції, що характерно для промисловості, і тому такий підхід в індустрії гостинності складніше і більш трудомісткий [1]. Основними проблемами готельного бізнесу в Україні є: невідповідність цінової політики до якості наданих послуг; складність ведення бізнесу, що зумовлено бюрократичністю організаційного процесу функціонування готельних підприємств; велике податкове навантаження; високий рівень ризикованості інвестиційних вкладень, через нестабільну соціально-економічну ситуацію в Україні; високий рівень конкуренції на ринку готельних послуг; низький рівень підготовки фахівців у галузі [2].

Одеса є одним з найпривабливіших інвестиційних регіонів України. Два роки поспіль місто займає четверте місце в країні по залученню інвестицій і входить до шістки міст з найбільш динамічним розвитком підприємництва, тому проектний готельний мікробізнес пропонується саме для Одеси.

Маркетинговий план проектного готельного мікробізнесу – відкриття хостелу – включає такі етапи: аналіз ситуації; визначення цілей; розробка стратегії; реалізація цілей, тобто організація поточної діяльності підприємства; контроль і коригування діяльності.

Розглядається питання відкриття хостелу «Wave» в м. Одеса як приватного підприємства з організаційно-правовою формою без створення юридичної особи – фізична особа-підприємець. Обґрунтування проекту готельного підприємства має починатися з визначення основних напрямів його практичної філософії – загального підходу до ведення бізнесу, що формується з певної сукупності інтелектуальних задумів і має на меті реалізувати потреби власників підприємства шляхом цілеспрямованого впливу на поведінку цільового сегменту потенційних споживачів. Для практичної філософії хостелу є характерним взаємозалежність між усіма елементами, починаючи з місії, назви, дизайнерського рішення і структури сервісу та завершуючи загальною атмосферою, що підсилює значення всіх його характеристик і виражає загальну концептуальну ідею.

Головною умовою створення якісного сервісу в готельному підприємстві є максимальна відповідність послуг, які надаються, потребам споживачів і характеру споживання. Головні ознаки практичної філософії розробленого майбутнього хостелу наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Проект практичної філософії хостелу «Wave»

Ознаки	Характеристика ознак
Характеристика туристичних потоків	В Одесі налічується 8 п'ятизіркових, 22 чотиризіркових, 8 тризіркових та більше 200 інших готелів. У місті велика кількість ресторацій. В Одесі наявні більше 700 об'єктів ресторанного бізнесу: ресторанів, кав'ярень, барів тощо [3]. У місті розвинена інфраструктура роздрібної торгівлі. Мережа роздрібної торгівлі становить 14670 об'єктів. У місті присутні як деякі європейські, так і багато національних мереж супермаркетів. На сьогодні більше виражений сезонний туризм, але в місті працюють над розширенням видів туризму, відпочинку. Активно розвивається зелений та винний туризм.
Характеристика основних конкурентів	
Кількість та характеристика основних конкурентів	Найближчі конкуренти – їх 5 – «Mini-hotel Kupe», «Comfort 24», «Smart Hostel», «Chekhov Hostel», «Zipper House». Вони знаходяться від 5 до 30 хвилин до моря; за 2,6 – 5,0 км від Одеського театру опери і балету; і всі знаходяться у цокольних поверхах.
Ознаки	Характеристика ознак
Асортиментна політика	Гості усіх номерів, оснащених телевізором і мікрохвильовою піччю, користуються спільною ванною кімнатою з душем. безкоштовний Wi-Fi.
Цінова політика	Від 130 до 200 грн на добу за 1 койко-місце.
Рекламна політика	Своїх сайтів хостели не мають, є сторінки в соціальних мережах. Замовити номер можна на сайті https://www.booking.com
Цільова аудиторія споживачів та обсяги реалізації послуг	Для мандрівників, яких цікавить: їжа, відвідування ресторанів і архітектура.
Конкурентні переваги проєктованого готельного підприємства	Розташований новий хостел на вул. Семінарська, біля стадіону Динамо. Двоповерховий будинок (на фасаді будинку намальований мурал – море з яхтою або корабликом). На першому поверсі: кімната для кіно, ігор (плейстейшн), книги, журнали; адміністрація, wi-fi, кухня зі зручностями (плита, духовка, холодильник, мікрохвильова піч, кухонні атрибути), туалет і душ загальний, пральна машина, праска, фен. Їжа в холодильнику або доставка готових страв (оформлення у адміністратора). Ремонт в яскравих кольорах і мінімалізм. Додаткові послуги за окрему плату: гід, який говорить англійською мовою (якому подобається його робота, з гумором); піші прогулянки та з виїздом на будь-яку локацію.
Характеристика цільової аудиторії (контингенту споживачів)	
Стать	жінки / чоловіки
Вік	переважно 20–45 років
Рід занять	переважно молоді туристи, старші люди, які приїхали у відпустку (студенти, підприємці, люди з середнім доходом)

Освіта	переважно вища освіта або навчаються
Рівень доходів	середній
Мета подорожі	переважно відпочинок, можуть бути ділові поїздки
Інтереси споживачів	зона мотиваційних інтересів потенційних споживачів – це море, літній відпочинок, архітектура, зелений туризм, винний туризм.
Структура потреб	необхідні всі зручності, комфорт
Місія готельного підприємства	
Бачити свого гостя задоволеним, щоб він повернувся ще не раз	

Далі практична філософія включає наступні ознаки хостелу з характеристикою: концепція загальної атмосфери хостелу; загальна характеристика хостелу; організація надання основних і додаткових послуг.

Запропонований підхід до визначення сутності практичної філософії готельного підприємства відкриває можливості для створення конкурентних переваг для готельних підприємств шляхом впровадження адекватних їй сучасних механізмів управління, впровадження унікальних послуг, забезпечення високоякісного та конкурентного сервісу.

Література

1. Галасюк К.А. Сучасний стан та діяльність готельних підприємств Одеського регіону / К.А. Галасюк // Економіка. Управління. Інновації. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – № 2 (12).
2. Рябенка М.О. Концептуальні підходи до оцінки ефективності інновацій у сфері гостинності / М.О. Рябенка // Кримський економічний вісник. 2013. – № 6(7). – 317 с.
3. Офіційний сайт Одеської міської ради [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://omr.gov.ua/> (дата звернення 20.03.2019).

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ, ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ

Лагодієнко В.В., д-р екон. наук, проф., Голодонюк О.М., ст. вик., Мільчева В.В., асп.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Економічна ситуація в Україні залишається вкрай складною. Українська економіка вимушена вирішувати проблеми, які є наслідком неефективної системи господарювання минулих років, її структурної деформації та низького рівня конкурентоспроможності.

Такий стан економічного розвитку в країні є причиною зниження рівня інвестиційно-інноваційної привабливості держави. Багато «хронічних економічних хвороб» переходять із року в рік.

Від всього вищеперерахованого, негативного впливу зазнає одна із найперспективніших галузей України – виноробна. І хоча протягом тривалого часу економісти оцінюють її як ту, що може успішно розвиватися у майбутньому і відзначають значний потенціал, стан галузі можна констатувати як важкий, а ситуацію на ринку вина охарактеризувати наступними негативними факторами:

- скорочення виробництва виноградного вина;
- збільшення ставок акцизу, які і без того фактично є одними з найвищих у світі, та відрахування до бюджету за видачу ліцензії на оптовий продаж товарів, стають причинами зростання цін на продукцію та скорочення обсягів виробництва;
- скорочення виробництва натурального вина і, як результат, збільшення обсягів порошкових вин;
- велика частка імпортованих вин, які надходять до України з Молдови, Угорщини, Грузії та ін. загострюють конкурентну боротьбу на ринку;

МОДЕЛЬ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ВІД ЗБАЛАНСОВАНОГО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ)	
Кулаковська Т.А....	317
ЗНАЧИМІСТЬ ХМАРНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	
Лобочька Л.Л., Фрум О.Л....	319
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
Ощепков О.П., Магденко С.О....	321
СТРАТЕГІЧНЕ БАЧЕННЯ СТАЛОГО ТА ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	
Самофатова В.А....	323
ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
Яблонська Н.В., Крупіна С.В....	324
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБНОЇ ГАЛУЗІ	
Татарик Е.П....	325

СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	
Басюркіна Н.Й....	328
ПРО ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ КОЛЕКТИВНОЇ ПРАЦІ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	
Колеснік В.І., Вігуржинська С.Ю....	330
УТИЛІЗАЦІЯ ВІДХОДІВ ЯК ПРОВІДНА ГАЛУЗЬ ЩОДО РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
Немченко В.В., Немченко Г.В....	331
УПРАВЛІННЯ ВИВЕЗЕННЯМ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ	
Свистун Т.В....	332
АНАЛІЗ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ	
Бровкіна Ю.О....	334

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ДЛЯ ПРОЕКТНОГО ГОТЕЛЬНОГО МІКРОБІЗНЕСУ	
Устенко І.А., Мардар М.Р....	335
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ, ЯК ЗАПОРУКА	
УСПІШНОГО РОЗВИТКУ	
Лагодіснюк В.В., Голодонюк О.М., Мільчева В.В....	337
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Бахчиванжи Л.А., Євтушок О.В., Значек Р.Р....	339
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ	
ПРОМИСЛОВОСТІ	
Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Чирка В.В....	341
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ	
Черевата Т.М....	343

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА

ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ПОНОВЛЮВАЛЬНОГО, ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОГО БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ	
Савенко І.І., Седікова І.О....	345
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СИСТЕМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ІННОВАЦІЙНОГО	
РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Бондаренко С.А....	347
СТРАТЕГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
Агеева І.М....	349
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АПК В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
Каламан О.Б....	350
УКРАЇНСЬКИЙ АГРАРНИЙ ЕКСПОРТ ПЕРЕВИЩИВ 18,8 МЛРД. ДОЛАРИВ	
Савенко І.І., Седіков Д.В....	352
ВПЛИВ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ АПК У	
СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Козак К.Б....	354
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ НА БОРОШНОМЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Відоменко І.О., Гордієнко Л.Л....	356