

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



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

**Одеса 2018**

Наукове видання

Збірник тез доповідей 78 наукової конференції викладачів академії  
23 – 27 квітня 2018 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 № 12 від 24.04.2018 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

Волков В.Е., д.т.н., 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

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ «SHARE ECONOMY»

**Свистун Т.В., канд. екон. наук, доцент**  
**Одеська національна академія харчових технологій**

Потреба переходу людства до більш раціональних принципів споживання для підтримки сталого розвитку породжує нові моделі економіки, однією з яких є економіка спільного споживання.

Економіка спільного споживання, або «share economy», – це досить нове поняття. Воно з'явилося на початку 2000 р, і було пов'язане з новою бізнес-моделлю, яка б прагнула вирішити соціальні проблеми, з огляду на стрімке зростання населення і вичерпність ресурсів. Однак вперше в оборот дане поняття ввів професор права в Стенфордському університеті Лоуренс Лессиг в 2008 р.

Дане поняття описує взаємодію між людьми, одні з яких мають активи, але не використовують їх, і готові цими активами поділитися з іншими людьми, для задоволення потреб останніх. Суть шерингової економіки полягає в тому, аби скоротити свої витрати (а згодом, можливо, навіть отримати прибуток) за рахунок здачі в оренду тієї частини своєї власності, яка наразі власникові не потрібна. У теорії перелік того, що можна здати в оренду, необмежений: від одягу до об'єктів нерухомості. А ще є послуги. Класичний приклад – поїздки на автомобілях. Мова не йде про таксі, коли маршрут визначає споживач послуги. У шеринговій економіці споживач підлаштовується під того, хто надає послугу.

Концепція загального використання не нова – досить згадати багатовікову традицію публічних бібліотек. Але сучасні технології надають існуючим ідеям абсолютно нові можливості. Інформаційні технології та соціальні мережі сприяють прямій комунікації користувачів між собою, причому це стосується як окремих людей, так і цілих організацій. Безліч особистих даних користувачів сьогодні знаходяться у відкритому доступі, а мобільні технології стали більш ніж доступні.

Sharing economy, як прийнято називати спільне користування або економіку взаємодопомоги в англomовних країнах, – це можливість не купувати речі, які потрібні на час. Основні переваги – це економічна вигода, комфорт і зручність, а також турбота про навколишнє середовище. Економіка спільного користування поглинає індустріальну модель, за якої компанії володіють, а люди споживають, – подібно до того, як інтернет потіснив традиційне телебачення, а блогосфера – засоби масової інформації. Вона дозволяє бути одночасно споживачем та виробником, а також користуватися можливим фінансовим прибутком від виробленого продукту. Витрачати менше, споживати свідомо і ділитися речами та послугами один з одним. Для початку такого бізнесу потрібні мінімальні вкладення, а для участі в ньому не потрібно нічого, окрім бажання.

Головною складністю такого бізнесу можна вважати той факт, що люди не завжди швидко адаптуються до стрімко мінливих реалій і оперативно помічають виникаючі можливості.

Економіка спільного споживання зачіпає всі сфери діяльності людини. У всьому світі вже діють платформи по спільному використанню одягу («EMZARA», «Tradesy»), різних товарів («Trademe», «Etsy», «Ebay»), нерухомості («Airbnb», «HomeAway», «VRBO»), транспорту («Uber», «Car2Go», «Lift»), грошових коштів («TransferWise», «Funding Circle», «Prosper»), а також платформи з надання всіляких послуг («TaskRabbit», «Freelancer», «Wework»).

Найбільшої популярності в світі на даний час набули такі платформи:

Airbnb – найбільший в світі онлайн-майданчик для розміщення, пошуку і короткострокової оренди приватного житла.

BlaBlaCar – глобальний лідер в області райдшерингу – спільного використання легкових автомобілів. Спільнота об'єднує водіїв і пасажирів, яким по дорозі.

Bringwasmit – платформа створена для фанатів сувенірів. На сайті можна відшукати людину, яка їде в певне місце і може привезти омріяний кухоль чи магніт. Зворотний варіант теж працює: турист повідомляє, які сувеніри готовий привезти.

OLX – міжнародна платформа, що надає послуги онлайн-сервісів оголошень у понад 40 країнах. OLX пропонує швидкий спосіб купувати, продавати чи обмінюватися товарами й послугами в конкретних країнах шляхом публікації оголошень. Можна стверджувати, що завдяки OLX буквально на очах зникає упереджене ставлення до користування вживаними речами, присутнє у деякої частини українського суспільства.

Wingly – на платформі можна знайти пілота приватного легкомоторного літака (2-6 пасажирів), який готовий взяти вас в політ до потрібного міста.

За останні кілька років шерингова економіка показувала стабільне зростання. Сьогодні тисячі компаній по всьому світу дозволяють людям ділитися, орендувати, позичати або дарувати товари, послуги, навички та інформацію. Шерингова економіка все активніше впливає на низку традиційних галузей, формуючи інтерес до себе з боку класичних компаній, які вносять її елементи в свої бізнес-моделі.

Хоча дана сфера економіки є порівняно новою, проте, за прогнозами компанії Pricewaterhouse Coopers економіка спільного споживання буде зростати, в середньому, на 33 % в рік. Також, в даному дослідженні йдеться, що до 2025 р. економіка спільного споживання досягне обсягів у 335 млрд доларів.

Отже, економіка спільного споживання являє собою взаємодію між двома сторонами, одна з яких має ресурси і не використовує їх, а інша сторона готова ці ресурси орендувати на час для задоволення своїх потреб. Дане економічне поняття покликане вирішити проблеми, які гостро стоять перед суспільством, насамперед, неефективне використання ресурсів та ін.

Таким чином, процес споживання з'являється в абсолютно новому форматі, де задоволення потреб можливо з порівняно меншими витратами.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ**

**Шалений В.А., ст. викладач  
Одеська національна академія харчових технологій**

Успішне функціонування сучасного підприємства можливе лише за умови побудови якісної системи менеджменту. Ця система має забезпечувати ефективність діяльності усіх ланок відповідно до загальних цілей підприємства. Функціонуючи в умовах ринку, усі сфери діяльності підприємства постійно перебувають під впливом різноманітних ризиків, які в свою чергу можуть істотним чином вплинути на його функціонування. Нажаль, сьогодні управління ризиками на більшості не тільки малих, але й великих підприємств не вважається однією з функцій менеджменту або видом діяльності та відбувається на «інтуїтивному» рівні. Такий волюнтаризм призводить в багатьох випадках до вкрай негативних результатів, в тому числі і до технічного дефолту та банкрутства. Негативні наслідки становляться більш вірогідними та загрозливими в сучасних кризових умовах, коли значно зростає вплив системних ризиків, які підсилюють дію усіх інших ризиків, створюючи таким чином мультиплікаційний ефект.

Отже, побудова системи управління ризиками, вбудованої в загальний менеджмент підприємства, є на сьогоднішній день безумовним чинником ефективного функціонування суб'єкта господарювання в довгостроковій перспективі. Управління ризиками як функція менеджменту має будуватися на відповідних принципах, серед яких важливе значення має безперервність.

## СЕКЦІЯ «ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ»

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ                                                |     |
| Кулаковська Т.А.                                                                                    | 252 |
| КЛАСТЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ                              |     |
| Самофатова В.А.                                                                                     | 253 |
| ФЕНОМЕН УКРАЇНИ ЯК РУРАЛЬНОЇ КРАЇНИ                                                                 |     |
| Павлов О.І.                                                                                         | 254 |
| СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ                                            |     |
| Яблонська Н.В.                                                                                      | 255 |
| ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕРТИКАЛЬНО ІНТЕГРОВАНИХ АГРОПРОМИСЛОВИХ ХОЛДИНГІВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ     |     |
| Дідух С.М.                                                                                          | 256 |
| ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ                                       |     |
| Лобочька Л.Л., Фрум О.І.                                                                            | 258 |
| ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ                       |     |
| Магденко С.О.                                                                                       | 260 |
| ПЕРЕВАГИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СЕГМЕНТУ РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ |     |
| Мартинюк О.М.                                                                                       | 261 |

## СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»

|                                                                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ                                                              |     |
| Басюркіна Н.Й.                                                                                                                             | 263 |
| КЛІЄНТСЬКІ ПРИВІЛЕЇ В ПРОГРАМАХ ЛОЯЛЬНОСТІ                                                                                                 |     |
| Бровкіна Ю.О.                                                                                                                              | 265 |
| СПОЖИВЧІ ІННОВАЦІЇ, ОРІЄНТОВАНІ НА БРЕНД                                                                                                   |     |
| Вігуржинська С.Ю., Колесник В.І.                                                                                                           | 266 |
| ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ                                                                         |     |
| Карпінська Г.В.                                                                                                                            | 267 |
| СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ                                                            |     |
| Константинова Т.В.                                                                                                                         | 269 |
| ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПОРТІВ В КОНТЕКСТІ ПОТРЕБ ОЛІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ                                                                      |     |
| Горбаченко С.А.                                                                                                                            | 271 |
| ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕТАП ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ |     |
| Кривоногова І.Г.                                                                                                                           | 272 |
| ТОРГІВЛЯ ОБ'ЄКТАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ                                                                                               |     |
| Крупіна С.В.                                                                                                                               | 274 |
| ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ «SHARE ECONOMY»                                                                                                       |     |
| Свистун Т.В.                                                                                                                               | 276 |
| ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ                                                                      |     |
| Шалений В.А.                                                                                                                               | 277 |
| ПРОБЛЕМИ ОХОРОНИ БІОСФЕРИ В УКРАЇНІ                                                                                                        |     |
| Немченко Г.В.                                                                                                                              | 279 |

## СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»

|                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА» В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН                   |     |
| Кордзая Н.Р., Сгоров Б.В.                                                                 | 280 |
| КОНЦЕПЦІЯ ОБРАЗУ ПРОДУКЦІЇ В РЕКЛАМІ У ВІДПОВІДНОСТІ З СПОЖИВЧИМИ ПОТРЕБАМИ І ЗАПИТАМИ    |     |
| Мардар М.Р., Устенко І.А., Статєва М.С.                                                   | 282 |
| ДОСЛІДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СПОЖИВАЧІВ ВІНА                                                  |     |
| Брайко М.Г., Голубьонкова О.О.                                                            | 285 |
| ДОСВІД ВИЖИВАННЯ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ОДЕСАВИНПРОМ» |     |
| Голодониюк О.М.                                                                           | 286 |