

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



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

Одеса 2017

На всебічний аналіз інформації про споживача орієнтовані відповідні розділи маркетингової теорії, а також ряду суміжних наук. При побудові загальної моделі покупця відносно недавно виник новий напрямок, який дістав назву "віртуальний споживач". Багато хто помилково зводить це поняття виключно до відвідувачів віртуального простору. Проте для позначення сегменту прибічників Інтернету вже існує відповідний термін – "віртуальний маркетинг". Тоді як поняття "віртуальний споживач" – це сукупність знань, спрямованих на створення абстрактної моделі покупця, передбачення його поведінки і вплив на цю поведінку.

Віртуальний споживач – це комплекс поведінкових і психологічних характеристик об'єкту в умовах маркетингового довкілля. На початковій стадії формування загальної моделі споживача систематизують сукупність статистичних даних про реальних покупців і типові шаблони їх поведінки. Окрім інформації про індивідуальні характеристики об'єкту (стать, вік, місце роботи і проживання) в банку даних присутні результати спостережень відносно споживчого смаку, шаблонів поведінки, частоти покупок, схильності до впливу рекламних стратегій.

На деякому етапі накопичення інформації ця сфера наукових знань вже не передбачає прямого контакту з реальними споживачами, а розвивається на базі узагальнення отриманих даних. Звичайно, залучення сучасних комп'ютерних технологій, включаючи теорію штучного інтелекту, істотно спрощує комплекс маркетингових досліджень. Виділяючи найбільш вагомі чинники вдається уявити суть поведінкових шаблонів в конкретний момент часу, а також прогнозувати динаміку споживчого смаку в майбутньому.

Використання моделі "віртуального споживача" – прогресивний метод аналізу поведінки потенційних покупців. При формуванні інвестиційної політики цей сегмент маркетингової теорії набуває пріоритетного значення. Згадана модель дозволяє передбачати перспективні ніші і резерви збуту продукції, сприяє зниженню вірогідності ризиків, пов'язаних з випуском нових товарів і послуг в умовах високотехнологічного конкурентного середовища.

СУЧАСНИЙ РИНОК ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНІСТІ

**Крупіна С.В., канд. екон. наук, доцент
Одеська національна академія харчових технологій**

В сучасній економіці, заснованій на знаннях, структура господарського комплексу за видами економічної діяльності змінюється у напрямку постійного збільшення частки тих видів, які використовують результати інтелектуальної діяльності.

Ринок – економічні відносини, пов'язані з обміном, купівлею, продажем товарів (продукції, послуг), в результаті яких формується попит, пропозиція та ціна.

Ринок об'єктів інтелектуальної власності являє собою сегмент ринку інновацій, який взаємодіє з усіма його структурами за допомогою соціально-економічних відносин, що виникають в процесі створення, освоєння, обміну, купівлі-продажу, передачі в використання результатів інтелектуальної діяльності і узгодження інтересів його учасників за цінами, термінами і масштабами їх комерціалізації.

Створення та ефективне просування об'єктів інтелектуальної власності на ринок інновацій, на нашу думку, передбачає взаємодію наступних складових:

- створення об'єктів інтелектуальної власності;
- правове регулювання обігу об'єктів інтелектуальної власності;
- кадрове забезпечення сфери інтелектуальної власності;
- оцінка об'єктів інтелектуальної власності;
- фінансова підтримка сфери інтелектуальної власності;
- страхування об'єктів інтелектуальної власності.

Об'єкти інтелектуальної власності, можуть набирати як товарного, так і нетоварного вигляду, тобто рух технологій здійснюється у двох формах: ринковій і поза ринковій.

На ринку об'єктів інтелектуальної власності відбувається комерційний трансфер технологій, які умовно класифікують на:

- поза ринкові: інформаційні масиви друкованої спеціальної періодики, довідники, підручники, науково-технічні видання, знання, досвід і навички, що набуваються у процесі досліджень і передаються при навчанні, стажуванні, перепідготовці кадрів, на дискусійних форумах, конференціях, виставках, при обміні і міграції учених і спеціалістів, при здійсненні програм міжнародного технічного сприяння тощо;

- потенційно ринкові: патенти, ноу-хау, науково-технічна документація, копірайт, управлінський консалтинг тощо. Згідно статистики, можливість використання цих об'єктів дуже невелика: з усієї кількості новацій, що патентуються у світі, використовують не більш ніж 3-5 % ідей на стадії їх реалізації в продукт.

- ринкові: патентні і безпатентні ліцензії, лізинг, копірайт, франчайзинг, спільні підприємства, різні види наукомістких послуг у сферах виробництва, обігу та управління та ін.

Необхідність зміни структури вітчизняної економіки до збільшення частки високотехнологічних, наукоємних видів економічної діяльності вимагає формування конкурентного ринку, що ефективно відтворює нові знання в технології, продукти і послуги, які знаходять своїх споживачів.

Відносини, що складаються між учасниками ринку, набувають інституційного оформлення на різних його сегментах. На ринку об'єктів інтелектуальної власності серед таких сегментів відокремлюють: ринок авторських прав, ринок прав на програми для ЕОМ та бази даних, ринок прав на товарні знаки та знаки обслуговування, ринок патентних прав, ринок ноу-хау, інжинірингових послуг та ін. На практиці всі ці ринки тісно взаємопов'язані та, як правило, доповнюють один одного.

Ринок інтелектуальної власності тісно пов'язаний з іншими товарними ринками і є невід'ємною складовою світового ринку в цілому. У разі продажу результатів творчої діяльності часто на комерційній основі надаються додаткові послуги для ефективного виконання угоди: технічні, комерційні, фінансові, управлінські та інші послуги. Слід зазначити, що часто продаж прав на використання об'єктів інтелектуальної діяльності тягне поставки машин і устаткування в розрізненому або комплектнім вигляді. У загальній структурі продажу послуг на світовому ринку відзначається прискорене зростання торгівлі саме об'єктами інтелектуальної власності, де щорічні темпи приросту становлять близько 10 %.

Основними особливостями ринку об'єктів інтелектуальної власності є:

- порівняно новий і, як правило, швидко зростаючий ринок;
- малоеластичний ринок, тобто ринок продукції, яка, як правило, не має аналогів;
- висока ступінь невизначеності;
- монопольний ринок – ринок продавця, а не покупця, що характеризує особливості визначення ціни на інтелектуальні продукти;
- товар ринку – об'єкт інтелектуальної власності має обмежений характер своєї товарної форми, так як його перетворюють в товар не відразу, а тільки тоді, коли виявляється його прикладне комерційне значення;
- об'єкт інтелектуальної власності може багаторазово використовуватися;
- реалізація результатів інтелектуальної діяльності вимагає попереднього маркетингового дослідження;
- ринок об'єктів інтелектуальної власності полягає не тільки в продукції, а й в сукупності організацій, фахівців, що створюють об'єкти інтелектуальної власності і здійснюють інноваційну діяльність;
- реалізовувати можна не окремо нововведення, а комплекс робіт на підготовку кадрів, координацію робіт, зв'язаних з нововведеннями;

- висока ступінь ризику, що вимагає розвитку сфери страхування об'єктів інтелектуальної власності;
- отримання високої норми прибутку в разі вдалої реалізації об'єктів інтелектуальної власності;
- зацікавленість продавця в тому, щоб покупець зміг відтворити куплені об'єкти інтелектуальної власності, доопрацювати їх до стадії практичного і успішного використання на ринку.

Громадські організації у сфері захисту прав на інтелектуальну промислову власність в Україні представлені такими структурами: Всеукраїнське об'єднання суб'єктів авторських і суміжних прав «Оберіг», Державне підприємство «Українське агентство по авторським і суміжним правам», Всеукраїнська громадська організація «Автор», Всеукраїнська громадська організація «Українська авторська спілка», Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнське агентство з авторських і суміжних прав».

Управлінськими структурами у сфері інтелектуальної промислової власності в Україні є: Державна служба інтелектуальної власності (ДСІВ), і підпорядковані їй структури: Державне підприємство «Український інститут промислової власності», Державне підприємство «Українське агентство з авторських і суміжних прав», Державне підприємство «Інтелзахист», Державний інститут інтелектуальної власності.

Для повноцінного функціонування ринку інновацій як механізму комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності необхідна наявність чотирьох детермінант конкурентоспроможності як специфічних характеристик цього ринку: внутрішнього попиту, пропозиції і надходження об'єктів інтелектуальної власності, внутрішньої конкуренції та створення факторних умов (інформаційних, правових, фінансового забезпечення, організаційно-управлінських, наявності людських і структурних ресурсів) та взаємозв'язків між ними.

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

**Бровкіна Ю.О., канд. екон. наук, доцент
Одеська національна академія харчових технологій**

Одним з пріоритетних напрямків розвитку галузей економіки слід вважати роздрібну торгівлю, яка в останні часи активно нарощує свої позиції в соціально-економічній сфері України. Вхідні бар'єри до багатьох видів діяльності достатньо низькі, що дає змогу організовувати власний бізнес підприємцям з різним розміром капіталу. Однак сучасні тенденції роздрібною торгівлі, як і в багатьох інших галузях економіки України, характеризуються процесами глобалізації. Важливу роль в цьому процесі відіграють бізнес-одиниці побудовані на основі мережевої торгівлі, які в порівнянні з окремими торговими об'єктами мають низку конкурентних переваг. Можливість отримання економії від масштабів діяльності, залучення кваліфікованої робочої сили (насамперед менеджерів вищої ланки), створення власних учбових центрів для підготовки обслуговуючого персоналу магазинів (адміністратори, товарознавці, старші касири тощо), створення найбільш вигідних логістичних схем товаропостачання все це дозволяє ефективно працювати та утримувати лідируючі позиції на ринку. Незважаючи на вагомні переваги, сучасні торговельні мережі України працюють в умовах економічної кризи, яка вимагає створення нових підходів до ведення бізнесу.

Сучасний етап розвитку роздрібною торгівлі характеризується структурними зрушеннями в бік появи нових торговельних структур – торговельних мереж, торговельних комплексів, торговельних розважальних центрів. Власниками таких об'єктів виступають як національні так і іноземні громадяни. Серед національних торговельних мереж можна виділити АТБ-маркет, Таврія В, до іноземних відносять Billa, Fozzy Group, Ашан тощо.

ТРАНСФЕР ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АГРОПРОДОВОЛЬЧУ СФЕРУ УКРАЇНИ	
Мартинюк О.М.	318
ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО НАВЧАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Дідух С.М.	319
ОСНОВНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	
Шешеловский	320
АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ФІРМИ	
Ліпова О.Л.	321

СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ХАРЧОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Басюркіна Н.Й.	322
ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ОСОБИСТОЮ ЕФЕКТИВНІСТЮ	
Свистун Т.В.	324
ВІРТУАЛЬНИЙ СПОЖИВАЧ. ЛЮДИНА ЧИ МОДЕЛЬ?	
Вігуржинська С.Ю., Колесник В.І., Шурко І.М.	325
СУЧАСНИЙ РИНОК ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНІСТІ	
Крупіна С.В.	326
СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ	
Бровкіна Ю.О.	328
ОСНОВНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОРОТКОСТРОКОВОГО ТА ДОВГОСТРОКОВОГО	
ПРОГНОЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РИЗИКІВ	
Шалений В.А.	329
АНАЛІЗ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ	
Фомічова К.Б.	331

СЕКЦІЯ «ОБЛІК, АНАЛІЗ, АУДИТ»

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В КОМПАНІЇ З УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ	
Євтушевська О.О.	333
ДЕРЖАВНИЙ НАГЛЯД: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ	
Іванченкова Л.В.	335
СУЧАСНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ	
Купріна Н.М.	336
ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ В УКРАЇНІ	
Скляр Л.Б.	338
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	
Тарасова О.В.	340
АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ	
В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Ступницька Т.М.	342
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ	
ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	
Ткачук Г.О.	344

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»

СТРАТЕГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Агеева І.М.	346
ПОСТІНДУСТРІАЛЬНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА Україна: ТЕОРІЯ ТА РЕАЛІЇ	
Савенко І.І.	348
АНАЛІЗ МЕТОДІВ І МОДЕЛЕЙ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	
ПІДПРИЄМСТВ	
Гордієнко Л.Л., Відоменко І.О.	350
АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІХ ФОРМ СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЗЕРНОВОГО РИНКУ	
Седікова І.О.	353
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНИХ	
ПІДПРИЄМСТВ	
Каламан О.Б.	354

Збірник тез доповідей 77 наукової конференції викладачів академії
18 – 21 квітня 2017 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 № 15 від 25.04.2017 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. Єгоров

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:

Бурдо О.Г., д.т.н., 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

Мардар М.Р., д.т.н., професор

Павлов О.І., д.е.н., професор

Станкевич Г.М., д.т.н., професор

Савенко І.І., д.е.н., 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