Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Харківський торговельно-економічний коледж
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Збірник тез доповідей

Міжнародної науково-практичної конференції

«ЗМІНИ ХАРЧОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА В УКРАЇНІ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ЄС»

15 грудня 2020 року

Харків
ХТЕК КНТЕУ–ХДУХТ

УДК
338.439:332.14
Р 15

Зміни харчового законодавства в Україні відповідно до вимог ЄС : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (15 грудня 2020 р., м. Харків) / За загальною редакцією Л. О. Радченко. Харків : інтернет-видання ХТЕК КНТЕУ. 2020. 60 с.

Збірник містить тези доповідей за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «Зміни харчового законодавства в Україні відповідно до вимог ЄС», що відбулася 15 грудня 2020 року на базі Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Матеріали збірника опубліковано в авторській редакції.

Організаційний комітет конференції

Голова організаційного комітету – Радченко Л. О., директор Харківського торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету, кандидат історичних наук, професор Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Заступник голови – Біленко Л. М., заступник директора з навчально-методичної роботи Харківського торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету.

Члени оргкомітету:

Рудь В. О. – директор департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради.

Одарченко М. С. – декан факультету управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю Харківського державного університету харчування та торгівлі, доктор технічних наук, професор.

Дубініна А. А. – завідувач кафедри товарознавства та експертизи товарів Харківського державного університету харчування та торгівлі, доктор технічних наук, професор.

Савицька Н. Л. – завідувач кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі, доктор економічних наук, професор.

Радченко А. Е. – доцент кафедри харчових технологій в ресторанній індустрії Харківського державного університету харчування та торгівлі, кандидат технічних наук, доцент.

Руденко С. О. – викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету, кандидат філософських наук.

Зоря Р. Р. – голова циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи ХТЕК КНТЕУ;

Гапонцева О. В. – викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету, кандидат технічних наук.

Шановні колеги!

Щиро вітаю Вас з початком роботи Міжнародної науково-практичної конференції «Зміни харчового законодавства в Україні відповідно до вимог ЄС».

Я вдячна науковцям, представникам українських та закордонних освітніх закладів, організацій та установ, які відгукнулися на наше запрошення та знайшли можливість взяти участь в роботі Конференції.

Окремо хочу подякувати співорганізаторам нашого заходу – Харківському державному університету харчування і торгівлі в особі ректора Черевка Олександра Івановича за активну участь в підготовці Конференції та її забезпеченні.

Динаміка процесів, які відбуваються на сучасному етапі економічного розвитку України, зростання кількості промислових виробництв і торгових підприємств призводить до позитивних тенденцій підвищення їхньої комерційної діяльності, до збільшення обсягу продажу різних груп товарів. Це вимагає постійного і ефективного державного контролю їх якості і безпеки. Особливо гостро постає проблема адаптації харчового законодавства України до законодавства країн Європейського Союзу, що наочно демонструє нагальну потребу в проведенні заходів, подібних нашій Конференції. Адже саме тут ми можемо обговорити питання забезпечення якості та безпечності харчових продуктів за вимогами ЄС, висловити свої думки та погляди щодо маркетингової стратегії українського ринку європейських товарів, окреслити коло проблем, стосовно правових гарантій забезпечення якості товарів та визначити шляхи їх вирішення.

Важливим є те, що всі ми прекрасно розуміємо, що без відповідного наукового супроводу, проведення теоретичних та прикладних наукових досліджень в сфері якості і безпечності споживчих товарів неможливе, адже саме наука дає можливість зазирнути за обрії того, що відбувається в практичній площині та обґрунтувати напрями подальшої діяльності.

Хочу підкреслити, що проведенню Конференції передувала кропітка робота з вивчення стану виконання Україною зобов'язань, визначених угодою про асоціацію з Європейським Союзом, які стосуються безпеки харчових продуктів, проведення круглих столів та зустрічей з провідними фахівцями сфери підприємництва, торгівлі та комерційної діяльності. В результаті такого підходу, ми отримали певні узагальнення, які пропонуємо для обговорення на нашому зібранні.

Приємно, що участь у нашій конференції беруть представники України, Індії, Албанії, Ізраїлю, Франції, Чорногорії, Республіки Кіпр, Марокко.

Ми запросили до участі в роботі Конференції, як науковців-теоретиків, так і практиків, які безпосередньо реалізують нормативні положення ЄС у практичній діяльності. Серед учасників – представники міжнародних асоціацій шеф-кухарів Саркіс Якубян, Мімоза Бала, Вуксон Вуко Мітрович, Аніл Грувер, Садуллах Онал, Хаджисему Панайотіс та інші.

Впевнена, що і під час пленарного засідання і в ході роботи секцій ми зможемо обговорити не тільки розвиток усталених наукових підходів, а й почуємо нові погляди, категорії, поняття, дефініції тощо. Всіх учасників нашого наукового форуму запрошую до конструктивного діалогу щодо обговорення питань зміни харчового законодавства в Україні відповідно до вимог ЄС. Бажаю всім плідної співпраці, розширення наукових поглядів, нових ідей.

З повагою Л. О. Радченко

Секція 1

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТОВАРІВ

МАРКЕТИНГОВШ СТРАТЕГІЇ ВИБОРУ НАЗВИ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРІВ У ПРОСУВАННІ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

О. В. Богоявленський
кандидат економічних наук, доцент, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
А. В. Непран
кандидат економічних наук, доцент, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
В. Шаповал
студент групи МОСБ-1-19 відділення економіки та бізнесу Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Характерною ознакою розвитку української економіки є прискорення темпів її інтеграції до європейського економічного простору. Підписання угоди про асоціацію України та ЄС суттєво змінило умови діяльності вітчизняного бізнесу як зовнішні, так і внутрішні [1]. З одного боку, істотно спростилися умови експорту товарів у європейські країни, з іншого, іноземні корпорації та політичні кола з посилюють свій вплив на середовище бізнес-діяльності в Україні. Це означає, що вітчизняним підприємствам потрібно вчитися конкурувати з іноземними в умовах розвинутого ринку на рівних умовах.

Маркетингові стратегії стають одним з найпотужніших факторів успіху у конкурентній боротьбі на міжнародних ринках, де перемогу неможливо досягнути тільки за рахунок якісних, потрібних споживачам продуктів, низьких цін. Для цього потрібний ще вдалий брендингу і позиціонування виробника в свідомості місцевих споживачів. Важливість брендингу як однієї найважливіших компонент у комплексі маркетингу обумовлена тим, що європейський споживач є одним з найбільш вимогливіших у світі. Доказати свою цінність та привабливість для таких споживачів можливо тільки за рахунок брендів, які викликають довіру.

До характеристик якості і довіри продукції входить багато компонентів як об’єктивного, так і суб’єктивного характеру. До них належать не тільки утилітарні характеристики, гарантія, практичність, безпека, екологічність тощо, а й емоційні (бренд, країна походження товару і торговельної марки, місце виробництва). Деякі дослідники проблеми вважають, що імідж країни-виробника і бренд мають визначне значення для оцінки якості товару [2].

Особливістю українського експорту в країни Європи за останні 5 років є його сировинна спрямованість (82-89%). Практично це означає, що ця продукція не споживається під українським брендом, а входить до складу продукції, яка виготовляється під відомою торговельною маркою. Наприклад, значна частина українського експорту до Німеччини – це кабельно-провідникова продукція та чорні метали. Вона переробляється на німецьких підприємствах відомих корпорацій та продаються кінцевим споживачам по всьому світу.

Проведені нами Інтернет-опитування споживачів Німеччини, Великої Британії, Польщі. Литви та Латвії свідчать, що пересічні споживачі практично не знайомі з українською продукцією, не знають її брендів (за винятком брендів «Хортиця»,

«Nemirioff» та «Roshen»). У цілому існує висока ступень до недовіри до товарів з України за непередбаченість їх якості.

Існує декілька стратегій створення успішних брендів. Вчені виділяють «азіатську» стратегію, у якій на перше місце виходить просування іміджу корпорації, корпоративного бренду та «європейська», де основне значення відводиться на просування товару та його імені.

За нашою думкою, українським компаніям більш зручно використовувати другу модель. Тому, що створення іміджу українського бізнесу та його окремих компаній достатньо коштовний і тривалий процес.

Важливим елементом брендингу є неймінг (вибір назви продукту чи торговельної марки). Існують декілька різних підходів до вибору назви бренду. Деякі компанії створюють різні торговельні марки для просування на різні ринки, інші просувають один бренд. Особливістю українського будівництва брендів є те, що українські бренди стилізуються під міжнародні, уникаючи підкреслення національної ідентичності. Наприклад, «Roshen», «Kivi», «Comanche», «Terra Incognita».

Значення неймінгу в процесі міжнародних економічних відносин підтверджено умовами угоди про доступ українських товарів до ринку ЄС, де українським компаніям заборонено вживати назви товарів «шампанське». «пармезан», «коньяк», «фета» та інші. Звичайно продукти контрольованого оригінального походження завжди коштували дорожче інших аналогічних продуктів. Дослідники цього психологічно-маркетингового феномену дали йому назву The country oforigin effect (COO), або ефект оригінального продукту країни [3].

Уявляється, що шляхами формування позитивного ефекту країни походження повинні стать такі комплексні дії.

1. Вибір продуктів, які можуть підкреслювати особливість країни-виробника або певного регіону. Наприклад, швейцарський годинник.
2. Створення чітких ознак, за якими продукт можна відрізнити від інших подібних, що виробляються в інших країнах. Наприклад, високогірний чай.
3. Правовий захист продуктів, які створюють цей ефект. Коли споживачі готові сплачувати.
4. Розповсюдження цікавих історій та легенд про ці продукти, їх винахідників, про місцевість, країну, її людей.
5. Сприйняття країни – виробника цих продуктів або бренду.

Таким чином, посилення позицій України на світовому ринку залежить від забезпечення поєднання позитивних рис, репутації і популярності конкретних українських компаній, які створюють відповідні цінності для споживачів. Реалізація цих напрямів цілком можлива за плідної співпраці уряду, бізнес-кіл та науковців.

Список використаних джерел

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Редакція від 30.11.2015. URL: https://bit.ly/34fdH63.
2. Студинська Г. Я. Стратегічні принципи інтеграції українських брендів в умовах глобалізації світової економіки. *Водний транспорт*. 2015. Вип. 1. С. 140–148.
3. Keith, Dinnie (2003). COUNTRY-OF-ORIGINE 1965-2004: A LITERATURE REVIEW. URL: https://bit.ly/34dHEmZ.

ВПЛИВ СВІТОВОЇ КРИЗИ НА ІМПОРТ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНУ

Т. М. Болотова
кандидат економічних наук, доцент, голова циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Мирова криза, пов'язана з епідемією covid-19, внесла великі зміни не тільки у наше повсякденне життя. Ми бачимо великі зміни у світовій торгівлі, проблеми з експортом та імпортом товарів па послуг.

Зовнішня торгівля України, яка включає експортну (вивізну) та імпортну (ввізну) діяльність, кожного року змінюється. Офіційна статистика показує, що в період з 2013 по 2019 роки, показники зовнішньо-торгівельного обороту, експорту та імпорту товарів та послуг, а також, сальдо мали нестабільні зміни. Так, наприклад, у 2013 році, ці показники дорівнювали 162 721 млн. $, 78 148 млн. $, 84 573 млн. $ та – 6 425 млн. $. Як ми можемо побачити, сальдо має негативне значення, тобто воно впало. Данні офіційної статистики показують, що за останні 7 років, сальдо зовнішньої торгівлі змінювалось як у бік підвищення, так і в бік зниження цього показника. Так, у 2013, 2014 та 2019 роках сальдо підвищилось у порівнянні з попереднім роком, а у 2015–2018 роках, відповідно, знизилось (табл. 1)

Таблиця 1.

Зовнішньоекономічна торгівля України 2013–2022, (млн. $)

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Зовнішньо-торгівельний оборот	162 721	126 224	89 231	89 433	107 285	122 142	132 609
Експорт товарів та послуг	78 148	65 423	46 648	44 885	52 330	59 195	65 298
Імпорт товарів та послуг	84 573	60 802	42 583	44 548	54 955	62 947	67 312
Сальдо	- 6 425	4 621	4 065	337	- 2 625	- 3 752	- 2 014

Розглянемо, що ж відбувалося у 1 півріччі 2020 року. Порівняно з І півріччям 2019 року імпорт товарів і послуг скоротився на 15,5% та склав $ 26,5 млрд. Цей показник нижче аналогічного за 2019 рік на 4860,0 млн.$. Питома вага товарів та послуг у 1 півріччі 2020 року була такою: товарів 91,1% та послуг – 8,9 %. Імпорт товарів в Україну має дуже великі масштаби. До України свої товари та послуги імпортують 224 країни світу. Товари та послуги імпортують 160 країн, тільки товари – 45 країн та тільки послуги – 19 країн. З усіх цих країн країни ЄС імпортують до України 43,7% усіх імпортованих товарів, що складає $ 11593,5 млн. Крім того велику питому вагу у імпорті товарів до України мають такі країни, як Китай, США, Туреччина, Білорусь, Швейцарія, Японія, Індія, Республіка Корея, Азербайджан, Казахстан, В'єтнам, Норвегія, Бразилія.

Подивимось на данні Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [1]. Імпорт тільки товарів у 1 півріччі 2020 року скоротився на 14,3 % (зменшився на 4 045,1 млн дол.) У 21 регіоні України спостерігалась негативний

внесок у імпорт європейських товарів. Тільки 3 регіони України мали позитивні показники імпорту товарів, це Одеська (+0,6 відсоткових пунктів), Сумська (+0,4 відсоткових пунктів) та Херсонська (+0,2 відсоткових пунктів) області. Розглянемо, імпорт яких же товарів скоротився. Це, нафтопродукти, гази нафтові, вугілля кам'яне, діоди, транзистори, автомобілі легкові, інші машини та механізми для переміщення, добрива азотні, кокс та напівкокс та інші стратегічно важливі товари. На першому місці по скороченню імпорту знаходиться продукція машинобудування ($ 7808,2 млн). Далі. Негативну динаміку мають такі галузі: продукція хімічної промисловості, мінеральні продукти, продукція АПК та харчової промисловості, продукція металургійного комплексу, продукція легкої промисловості та інші галузі промисловості України.

Подивимось, а якою ж була динаміка імпорту послуг у 1 кварталі 2020 року. Порівняно з І півріччям 2019 року імпорт послуг скоротився на 25,7 %, тобто зменшився на 814,7 млн. дол. У 19 регіонах України спостерігався негативний внесок у імпорт послуг. Тільки 6 регіонів України отримали позитивні показники імпорту послуг у відсоткових пунктах. Обсяг яких же послуг скоротився в Україні. Це транспортні послуги (-29,9%), ділові послуги (-28,3%), державні та урядові послуги (- 19,6%), послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (-7,9%), туристичні послуги (- 57,4%). Тільки 1 вид послуг мав позитивне значення, це комп'ютерні та інформаційні послуги (+6,0%). При цьому, імпорт послуг з ЄС складає 53,2%. Тобто, негативний вплив імпорту товарів та послуг з ЄС може значно знизити економічні показники зовнішньоекономічної діяльності України.

Якщо говорити про загальний вплив зміни експорту товарів з ЄС на економіку України, то ми побачимо, що порівняно з 1 півріччям 2020 року склав – 12,5 %. Ці відсотки мають фактичне значення – $ 10,3 млрд. Тобто, можна сказати, що $ 1474,4 млн. Україна недоотримала з точки зору імпорту товарів.

Загальна тенденція зовнішньоекономічної діяльності зараз не дуже райдужна. Статистика зараз говорить про те, що 22 регіони України мали негативні показники імпорту товарів. Тобто, рівень імпорту скоротився. Найвагоміший негативний внесок спостерігався у м.Київі (-1,8 відсоткових пунктів), Київська область (-1,3 відсоткових пунктів), закарпатська область (1,0 відсоткових пунктів), Донецька область (0,6 відсоткових пунктів), Рівненська та Миколаївська області (0,4 відсоткових пунктів), Івано-Франківська та Львівська області (0,3 відсоткових пунктів). Усі ці 9 областей дають негативний вплив в економіку України у розмірі -6.4 відсоткових пунктів, що складає 51,1 % з загального скорочення імпорту товарів з країн ЄС. Тільки 3 області мали позитивний внесок в динаміку імпорту товарів та послуг, це Волинська, Закарпатська та Херсонська області.

Якою б не була загальна криза у світі, не залежно від того, коли вона закінчиться, сподіваюсь, що зовнішньоекономічна діяльність України найближчим часом налагодиться і показники 2020 року у загальноукраїнському розрізі підвищаться і сальдо буде мати позитивне значення у порівнянні з 2019 роком.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, URL: https://bit.ly/3ra1OIu. (дата звернення: 13.12.2020).

ВПЛИВ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ОСНОВНІ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В. М. Клочко
кандидат економічних наук, доцент, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Н. В. Чуйко
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, економіки та маркетингу Харківської державної зооветеринарної академії

Нові технології змінюють економіку світу та людство дуже швидко. Технології стали каталізатором еволюційного розвитку планети, і найперше місце займає вплив штучного інтелекту на галузі світової економіки.

Британський фізик Стівен Хокінг застерігав, що штучний інтелект може стати новою формою життя, яка перевершить людей. А генеральний директор Tesla Ілон Маск наголосив, що штучний інтелект може «створити диктаторський режим і владарювати вічно». Разом з цим, засновник Microsoft Білл Гейтс прогнозує, що продуктивність виробництва збільшиться удвічі, якщо у нього впровадять штучний інтелект [3].

В 2020 році мережею Інтернет поширився огляд цифрової трансформації Microsoft CEE 2020 «Ключові галузі еволюції. Як інтелектуальні технології змінюють роздрібну торгівлю, виробництво і фінанси в Центральній і Східній Європі» [1]. Інформація вищеназваного огляду слід вважати актуальною для подальшої трансформації економіки України.

Виходячи із матеріалів огляду щодо використання штучного інтелекту (передового напрямку сучасних нових технологій): 66 % рітейлерів Центрально-Східної Європи або використовують штучний інтелект вже зараз або ж планують це робити починаючи з наступного року; 63 % виробників Центральної та Східної Європи в даний час використовують передові технології, такі як штучний інтелект, або будуть робити це в період наступних 12 місяців; 25 % організацій фінансових послуг в регіоні вже використовують штучний інтелект для оптимізації своїх бізнесів, а 43 % фінансових компаній вважають, що на основі штучного інтелекту цільовий маркетинг стане пріоритетом.

Відносно розвитку штучного інтелекту в Україні: уряд затвердив концепцію розвитку штучного інтелекту в Україні до 2030 року. Основні напрямки Концепції включають: удосконалення середньої, вищої освіти та підвищення кваліфікації з метою підготовки кваліфікованих фахівців у сфері штучного інтелекту; стимулювання наукових досліджень у галузі, зокрема за допомогою грантів; стимулювання підприємництва у галузі штучного інтелекту, а також розробка методу перекваліфікації кадрів, що можуть втратити роботу через автоматизацію за 5–10 років; робота з підвищенням рівня кібербезпеки, удосконалення законодавства у сфері кіберзахисту; застосування технологій штучного інтелекту в оборонній сфері та публічному управлінні; розв’язання проблем роботи держреєстрів; використання штучного інтелекту у правосудді, зокрема для попередження небезпечних явищ завдяки аналізу наявних даних [2].

Аналізуючи дану концепцію, слід наголосити, що в ній відсутня допомога уряду щодо впровадження штучного інтелекту в основних галузях економіки, таких як рітейл, виробництво та фінанси, що можливо допомогло українським підприємствам

даних галузей стати конкурентоспроможними за рахунок кращого менеджменту та маркетингу.

COO&Co-founder Morbax HR Кирило Перестюк зазначає, що в Україні штучний інтелект розвивається завдяки кільком ключовим факторам: великі корпорації, які прагнуть оптимізувати витрати на виробництво продуктів / управління активами, парком автотранспорту та ін.; стартапи, які будують нові рішення/продукти на базі штучного інтелекту, машинного навчання та нейронних мереж, і продають їх як українським, так і західним компаніям; розвиток штучного інтелекту сприяв великій затребуваності фахівців, які вміють «кодувати», завдяки чому відкрилося багато курсів, що «вирощують» фахівців для своїх майбутніх проектів [3].

Ілля Польшаков, директор із розвитку нових напрямків бізнесу компанії Київстар говорить: «Світ, в якому ми живемо сьогодні, принципово відрізняється від того, в якому ми жили вчора, і майже напевно він буде виглядати по-іншому через рік. Тому цифрова трансформація не має якоїсь фінальної точки, до якої можна дійти і зупинитися. Це, як подорож, кожен крок якої відкриває нові рівні організаційної стійкості, допомагаючи компаніям вийти з цієї кризи і стати ще сильнішими та готовими до наступних викликів» [4].

Нові виклики диктують нову реальність для підприємств основних галузей економіки України. Українські компанії програють конкурентну боротьбу, якщо не будуть займатися цифровізацією, теж саме стосується нової та ефективної держави, яка сприяє розвитку вітчизняних компаній. В даному аспекті все залежить від якості української еліт, які приймають рішення та прогнозують майбутнє. Індекс якості еліт (Elite Quality Index) – дослідницький проект міжнародної програми Університету Санкт-Галлена, який вимірює показник якості еліт в країнах світу. Лідером рейтингу є Сінгапур – 68,5 бали. Далі за ним слідують європейські країни – Швейцарія (64,9 бали), Німеччина (64,2) і Великобританія (63,9). На п'ятій сходинці знаходиться США (63,4 бали). Україна, на жаль, серед перших 32-х країн не представлена [5].

Висновком із всього вищенаведеного є те, що нові технології на підприємствах в основних галузях економіки України самі по собі не впроваджуються, для цього необхідні компетентні люди. Необхідність впливу держави на першому етапі модернізації економіки беззаперечна, але в Україні перших кроків в даному напрямку ми поки що не спостерігаємо.

Список використаних джерел

1. Миронова Н. Галузі майбутнього: штучний інтелект. *Mind*. 2020. URL: https://bit.ly/3nncukC.
2. Ключевые отрасли эволюции. Как интеллектуальные технологии меняют розничную торговлю, производство и финансы в Центральной и Восточной Европе. *Український Інститут політики.* 2020. URL: https://bit.ly/3oSRl27.
3. Кабмін затвердив концепцію розвитку штучного інтелекту в Україні. *Економічна правда*. 2020. URL: https://bit.ly/3np2fMP.
4. Що кажуть експерти: 9 важливих фактів про цифровізацію бізнесу. *Kyivstar Business Hub*. 2020 URL: https://bit.ly/38ku5nl.
5. Рейтинг стран мира по индексу качества элит. *Гуманитарный портал*. 2020. URL: https://bit.ly/389cGO4.

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ З ПРОСУВАННЯ ЕКОПРОДУКТІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

Н. М. Кривошеєва
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Г. М. Гузенко
кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Т. А. Щебликіна
доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

В умовах сьогодення актуальним питанням є забезпечення екологічної безпеки харчових продуктів. Екологічна безпека продуктів харчування – це глобальна проблема, яка впливає не лише на здоров'я, але й на добробут держави в цілому. Тому, забезпечення продовольчої безпеки нації передбачає отримання достатньої кількості екологічно чистих, безпечних для здоров'я продуктів харчування. Існуючу екологічну недосконаліть сучасного сільського господарства можна подолати шляхом розвитку галузі, що передбачає використання екологічного землеробства та вирощування екологічно чистих рослин і тварин.

В існуючих реаліях розвитку сучасних технологій сам підхід до виробництва екологічно чистої продукції, при вирощуванні якої довкіллю було завдано мінімальної шкоди, є інноваційним. Слід зазначити, що процес виробництва такої продукції вимагає новітніх технологій в галузі біотехнології, відновлюваної енергетики, еко-маркетингу та ін.

Ринок екопродуктів – один з найбільш швидкозростаючих та привабливих сегментів світового ринку продовольства. Ємність даного ринку досить висока. Так, за останні 15 років вона зросла більш ніж в 5 разів і складає близько 80 млрд. дол. США в рік. Найбільші національні ринки – це США (36 млрд. дол. на рік), Німеччини (10,5 млрд. дол.) і Франції (6,8 млрд. дол.). Найвищий обсяг споживання органічних продуктів на душу населення – в європейських країнах. Для порівняння: американці в середньому витрачають в рік на придбання органічних продуктів тільки 112,5 дол. (106 євро) на людину, а жителі Швейцарії – 221 євро, Люксембургу – 164 євро, Данії – 162 євро. Ринок цих країн може стати цільовим для поставок українських натуральних продуктів харчування [1].

Економічний розвиток України вимагає сьогодні забезпечення населення високоякісними та екологічно безпечними продуктами харчування. Саме таку безпеку гарантує органічна продукція, виробництво якої нині є одним із пріоритетних напрямів розвитку сільського господарства Європейського Союзу й багатьох країн світу.

Органічними вважаються продукти, виготовленні з дотриманням визначених екологічних стандартів на всіх технологічних та реалізаційних етапах. При виробництві органічних продуктів застосовують технології максимального збереження поживних речовин. Для цього повністю відмовляються від ароматизаторів, барвників, консервантів та генетично модифікованих організмів. Заборонено рафінування, мінералізація та інші технологічні операції, які зменшують поживні властивості продукту. До того ж матеріали для упакування органічних продуктів виготовляються з натуральної сировини.

Органічні продукти харчування виробляються з органічної сільськогосподарської продукції, яка вирощена на ґрунті без отрутохімікатів і мінеральних добрив. Це відновлює баланс поживних речовин у ґрунті, нормалізує роботу живих організмів, збільшує вміст гумусу і, як результат, підвищує врожайність сільськогосподарських культур. Органічне виробництво продуктів харчування є популярною та прибутковою діяльністю, прихильниками якої з кожним роком стає більше країн та господарників.

Сертифікованим органічним сільським господарством займаються у 162 країнах світу. Загальна площа земель, задіяних під вирощування органічної продукції, становила 37,2 млн. га (включаючи землі перехідного періоду), або 0,86% від усіх сільськогосподарських земель світу. Найбільші площі органічних сільськогосподарських угідь зосереджені в країнах Океанії – 12,2 млн. га. В Європі знаходиться 10,6 млн. га (29%) органічних земель сільськогосподарського призначення світу. Виробництвом органічної продукції займається 1,8 млн. господарників, із них в Європі – 16% їх загальної чисельності За оцінками експертів, всесвітнє виробництво органічної продукції останніми роками демонструє стабільний ріст [2].

За даними моніторингу, проведеного Мінекономіки України, у 2019 році загальна площа сільськогосподарських земель з органічним статусом склала близько 468 тис. га (1,1% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення). При цьому нараховувалось 617 операторів органічного ринку, з них 470 – сільськогосподарські виробники. Отже, завдяки цьому Україна займає 20-те місце у світі серед країн – виробників органічної сільськогосподарської продукції [1, 3].

Основними видами сертифікованої органічної продукції, яка виробляється в Україні є зернові культури, борошно, бобові та олійні культури, ефірні олії, молоко та молочні продукти, крупи, м’ясо та м’ясні продукти, фрукти та овочі, , мед, кава, фіточаї та ін. В Україні протягом 10 років активно розвивається органічний сектор; нині тут налічується понад 300 виробників сертифікованої органічної продукції. З них 4 – виробники молочної продукції, 1 – виробник м’ясної продукції, 15 – виробники органічних крупів, 11 – виробники органічних олій, 3 – виробники органічних спецій. Україна першою у Європі почала виробляти органічний цукор [4].

Наразі в Україні вже виробляється широкий асортимент органічної продукції, зокрема: зернові, горіхи, овочі та фрукти, ягоди, кавуни, дині, борошно, крупи, олія, молоко та молочні продукти, соки, напої, сиропи, повидла, м’ясні та ковбасні вироби, яйця, хліб тощо. За даними Федерації органічного руху України, загальне споживання органічної продукції у 2019 році в Україні склало 36 млн. євро, при цьому овочі відносяться до однієї з найбільш популярних категорій органічних продуктів, однак попит на них все ще залишається дуже далеким від задоволення [5].

Для формування маркетингової стратегії просування сертифікованої органічної продукції також важлива система збуту. До основних каналів збуту органічної продукції, які мають як позитивні, так і негативні риси, належать:

- спеціалізовані магазини органічних продуктів (позитивні риси – зручність системи для споживачів, висока компетентність системи, розвинена практика покупки продуктів харчування; негативні риси – невисока покриття цільового сегмента, недостатньо розвинена мережа магазинів, особливо в регіонах, дорогий і складний в плані організації спосіб реалізації продукції);
- реалізація органічної продукції на продуктових ринках, ярмарках (позитивні риси – можливість прямих контактів зі споживачами, відносно дешевий і простий спосіб реалізації, підходить для реалізації невеликих партій продукції, високий рівень довіри з боку споживачів; негативні риси – невисоке покриття цільового сегмента,

недостатньо зручна система для споживачів, можливість контролю виробником при умові налагодження збуту без посередників);

• торгівля органічними продуктами через Інтернет (позитивні риси – високе покриття цільового сегмента, висока компетентність системи, зручність системи для споживачів, відносно дешевий і простий спосіб реалізації продукції, можливість реалізації продукції безпосередньо через офіційний сайт виробника; негативні риси – відсутність звички споживачів щодо придбання продуктів харчування через Інтернет, небажання з боку споживачів доплачувати за доставку, недостатньо розвинена мережа інтернет-магазинів, низький рівень довіри з боку потенційних покупців, можливість контролю виробником тільки при умові збуту через власний сайт).

Отже, сертифіковане органічне виробництво в Україні є перспективним з огляду на зростаючу зацікавленість із боку споживачів. Стимулювати його можна, перш за все, шляхом активізації систем маркетингового розподілу та маркетингових комунікацій, зокрема реклами і заходів із використанням преси та Інтернету. Доцільно, крім перелічених каналів збуту екопродукції, залучати великі торговельні мережі, для яких потрібно розробляти індивідуальні заходи стимулювання збуту. Для контролю рівня цін у рамках формування маркетингової збутової політики доцільно налагодити співпрацю з посередниками, використовуючи стимулюючі і партнерські чинники їх мотивації.

Все це сприятиме суспільному добробуту в Україні.

Список використаних джерел

1. Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM). URL: http://www.ifoam-eu.org/ (дата звернення: 10.12.2020).
2. Маслак О. М. Аналіз світового ринку органічної продукції. *Вісник Сумського НАУ. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2014. № 5(60). С. 65–68.
3. Органічне виробництво в Україні. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: https://bit.ly/34wIH1G (дата звернення: 08.12.2020).
4. Експорт української органічної продукції. URL: https://bit.ly/2KGLG0o (дата звернення: 12.12.2020).
5. Федерація Органічного Руху України. URL: https://bit.ly/3h7jm3m (дата звернення: 10.12.2020).

СТРАТЕГІЇ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Т. В. Кулинич

кандидат економічних наук, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

А. Парушева

студентка групи МСБ-1-20 відділення економіки і бізнесу Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Сучасні підприємства вимушені працювати в умовах перенасичення ринків різноманітними товарами, різних якостей та характеристик, що вимагає розробки додаткових заходів в рамках використання різних стратегій стимулювання збуту продукції або послуг. Конкуренція на вітчизняному ринку спонукає підприємства задовольняти різні забаганки споживачів і надавати значні поступки посередникам у збуті своєї продукції. Такий результат стає можливим за допомогою відповідного стимулювання, а також спонукання потенційних клієнтів зупинити свій вибір саме на

пропозиції, яка підкріплена стимулюючими заходами. Усе це потребує вивчення особливостей стимулювання збуту продукції підприємств в умовах вітчизняного ринку для удосконалення цього процесу.

Збут продукції є першочерговим завданням будь-якого підприємства, оскільки головна мета підприємницької діяльності - це максимізація прибутку. Для досягнення поставленої мети важливо знати пріоритетні очікування потенційних покупців. Саме на етапі визначення критеріїв та вимог клієнтів до продукції виникає необхідність розробки стратегії стимулювання збуту продукції.

За визначенням Ільченко Т.В.: «Стимулювання збуту – це використання короткотермінових заходів, розрахованих на швидке реагування ринку у відповідь на пропонування підприємством своєї продукції. По суті, це пряме заохочення споживачів придбати продукти чи послуги підприємства, а сфери торгівлі – включити ці товари до свого асортименту для наступного їх продажу» [1].

Тому для підприємств дуже важливо правильно визначити мету стимулювання залежно від спрямованості дій (рис. 1).



Рис. 1. Цілі стимулювання збуту продукції

В сучасній літературі представлено певні ситуації, за яких підприємству найбільш доцільно скористатися засобами стимулювання збуту. Це може бути зменшення або відсутність попиту на товар. Така ситуація трапляється постійно в сучасних умовах мінливості ринку. Для розширення клієнтської бази підприємства з певною періодичністю розробляють нову продукцію та виводять її на ринок, або підприємство виходить на новий ринок. У будь якому разі, важливим є доведення інформації про товари, що виробляються підприємством, до потенційного споживача.

Основні завдання стимулювання покупців випливають залежно від різних обставин (рис.2).



Рис. 2. Заходи стимулювання збуту [3]

Отже, збутова діяльність підприємства націлена на задоволення різнобічних потреб клієнтів та максимізацію прибутку. І саме стимулювання збуту дає можливість не тільки покрити витрати на виробництво, отримати прибуток, а найголовніше - задовольнити потреби суспільства на сучасному етапі.

Список використаних джерел

1. Ільченко Т. В. Актуальні аспекти розробки ефективної програми стимулювання збуту промислової продукції. URL: https://bit.ly/3nmJKsv (дата звернення: 11.12.2020).
2. Корінев В. Л., Зав'ялова М. В. Особливості стимулювання збуту продукції вітчизняних підприємств на ринку. *Вісник Запорізького національного університету.* № 1 (33), 2017. URL: https://bitly.su/cD1foGe (дата звернення: 12.12.2020).
3. Шереметинська О. В., Невмержицька Ю. Стимулювання збуту: заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової діяльності підприємства при здійсненні ЗЕД. *Ефективна економіка.* № 2, 2016. URL: https://bit.ly/2Lsbxth (дата звернення: 11.12.2020).

ІМПОРТОЗАЛЕЖНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГО ТОВАРНОГО РИНКУ, ЯК ПОТЕНЦІЙНА ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЦІ

Н. О. Постольна
спеціаліст І категорії, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
О. М. Голованова
спеціаліст І категорії, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Міжнародна економічна діяльність в Україні є одним із пріоритетних напрямів політики держави, що створює підґрунтя для розвитку вигідної торгівлі та

сприятливого інвестиційного клімату. Зовнішня торгівля формує значні можливості для економічного зростання, формування бюджету країни, підтримання добробуту її громадян. Відсутність стратегічного підходу до вирішення проблеми насичення внутрішнього ринку за рахунок відповідного збільшення обсягів внутрішнього виробництва на основі розвитку імпортозамінного виробництва в Україні призводить до формування високої залежності внутрішнього ринку від імпорту, а також до нагальної необхідності зростання експорту з метою покриття дефіциту рахунку поточних операцій платіжного балансу. Отже, виникає потреба зниження імпортозалежності вітчизняного товарного ринку, створення умов для усунення залежності від кон'юнктури зовнішніх ринків, забезпечення позитивного впливу імпорту на виробництво, зміцнення на цій основі конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

За підсумками 11 місяців 2020 р. в Україні імпортували товарів більш ніж на 48,4 млрд. дол., а експортували з країни - на 44,3 млрд. дол. Такі дані наводить прес-служба Державної митної служби. В цілому за 11 місяців товарообіг склав понад 92,7 млрд. дол. Сальдо (різниця між експортом та імпортом) негативне і складає 4,1 млрд. дол. У порівнянні з аналогічним періодом 2019 року імпорт зменшився на 5,9 млрд. дол., або на 10,8%. Експортували з України на 44,3 млрд. дол. – зменшення експорту дорівнювало 1,6 млрд. дол., або 3,5%.

До найбільш імпортованих категорій товарів можна віднести:

- палива мінеральні, нафта та продукти її перегонки (7,2 млрд. дол.);
- реактори, котли, машини, обладнання і механічні пристрої (5,4 млрд. дол.);
- засоби наземного транспорту (4,9 млрд. дол.)

Експортували з України найбільше до Китаю (6,3 млрд. дол.) Польщі (3 млрд. дол.) і Росії (2,5 млрд. дол.). Імпортували найбільше в Україну знову ж з Китаю (7,4 млрд. дол.). Друге і третє місця відповідно у Німеччини (4,6 млрд. дол.) і Росії (4,1 млрд. дол.).

До найбільш експортованих категорій можна віднести:

- зернові культури (8,5 млрд. дол.);
- чорні метали (7 млрд. дол.);
- жири та олії тваринного або рослинного походження (5,2 млрд. дол.) [1].

Світова практика демонструє, що пасивна роль держави в системі регулювання імпорту товарів поступово призводить до втрати окремими галузями економіки конкурентоспроможності навіть на внутрішньому ринку. Однак це не означає, що державі за рахунок власних коштів необхідно підтримувати такі галузі. Роль держави в процесі імпортозаміщення полягає у наданні організаційного та адміністративного сприяння бізнесу у розвитку тих видів діяльності, які будуть комерційно вигідні, особливо в зіставленні з прибутковістю аналогічних європейських чи інших виробництв з метою формування у ділових кіл інтересу до диверсифікації діяльності, до виробництва в Україні нових або більш якісних товарів, створення ринкової інфраструктури, орієнтованої на експорт.

Для перелому наявної ситуації необхідна інноваційна перебудова виробництва, стимулювання припливу інвестицій та застосування ефективних методів регулювання доступу товарів на внутрішній ринок. Наявні тенденції та проблеми потребують активізації державної політики не лише для їх стримування, а й передусім для інноваційної перебудови виробничого апарату промисловості, стимулювання притоку іноземних інвестицій, застосування конкретних методів конвертації заощаджень населення у нагромадження.

Отже, залежність насичення внутрішнього ринку від зовнішньої торгівлі наразі актуалізує проблематику державного регулювання експортно-імпортними потоками. Структура формування товарної пропозиції внутрішнього товарного ринку України в цілому свідчить про значні диспропорції промислового потенціалу та потреб внутрішнього ринку, а також відображає суттєвий тиск з боку імпорту. Основою ефективного функціонування та розвитку внутрішнього ринку повинна стати конкурентоспроможна вітчизняна продукція, що може бути забезпечена у результаті впровадження стратегії селективного імпортозаміщення [2].

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної митної служби України URL: https://bit.ly/3ao61Ta (звернення: 14.12.2020).
2. Мельник Т. М., Пугачевська К. С. Детермінанти імпортозалежності економіки України. *Проблеми економіки*. 2019. № 2. С. 53–61.

ПОЗИТИВНИЙ КОРПОРАТИВНИЙ ІМІДЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

І. В. Руденко

кандидат економічних наук, доцент, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

В. Чайка

студентка групи МОСБ-1-19 відділення економіки та бізнесу Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Останнім часом значно змінилися умови діяльності вітчизняних підприємств: посилюються євроінтеграційні процеси, відбувається глобалізація товарних ринків, активізуються міжнародні економічні зв’язки. В таких умовах діяльності підприємствам необхідно не тільки вижити, але й бути конкурентоспроможними. Як свідчить практика, важливим елементом конкурентоспроможності підприємств України, який впливає на всі аспекти їх тривалого виживання й розвитку на міжнародних ринках є позитивний корпоративний імідж. Позитивний імідж підприємства – це відповідь на вимоги середовища, за допомогою якого підприємство забезпечує свій успіх у встановленні ефективних комунікацій з міжнародними партнерами, конкурентами, урядом тощо. Його називають найголовнішим нематеріальним активом, головним надбанням будь-якої організації.

Науковці вважають імідж «важливим елементом конкурентоспроможності підприємства, який впливає на всі аспекти його тривалого виживання і розвитку на ринку, у тому числі на економічну безпеку» [1, с. 436]. Дійсно, підприємства змушені постійно підтримувати свою економічну безпеку, ретельно слідкувати за процесами забезпечення безперебійного виробництва та реалізації своєї продукції, захищати свої ринки та протидіяти зовнішнім і внутрішнім загрозам. Тож процес ефективного управління іміджем підприємства є інструментом забезпечення його економічної безпеки. Це сприятиме розширенню адаптаційних можливостей вітчизняних підприємств до змін умов господарської діяльності та створенню умов їх стабільного функціонування й розвитку на міжнародних ринках.

Корпоративний імідж є взаємозалежним з усіма складовими економічної безпеки. Типова структура економічної безпеки, на думку колективу авторів, передбачає виділення таких функціональних складових:

- фінансової;
- інтелектуальної й кадрової;
- техніко-технологічної;
- політико-правової;
- інформаційної;
- екологічної;
- силової;
- ринкової [2, с. 298].

Інші автори виділяють окремо інтелектуальну й кадрову складові та не беруть до уваги ринковий структуроутворюючий елемент [3, с. 253]. На нашу думку, не слід розділяти кадрову й інтелектуальну складові економічної безпеки, бо про низький рівень цих показників свідчать одні й ті самі ознаки: відтік та плинність кадрів, низький рівень кваліфікації, сумісницька діяльність. Вважаємо, що інтелектуальна складова є частиною кадрової і її не варто виокремлювати. Що стосується ринкової складової економічної безпеки, то вона є досить вагомою в сучасних умовах господарювання, бо показує відповідність внутрішніх можливостей розвитку підприємства зовнішнім. Якщо дана складова не працює належним чином, то відбувається зменшення частки ринку, яку займає підприємство, ослаблення конкурентних позицій, відставання від вимог ринку тощо. Ці всі прояви можуть значно ослаблювати імідж підприємства.

Певні науковці вважають за необхідне розмежування усіх складових економічної безпеки на дві групи: внутрішньовиробничі та позавиробничі. До внутрішньовиробничих вони відносять фінансову, інтелектуальну, кадрову, технологічну, правову та силову складові; до позавиробничих: ринкову, інтерфейсну, інформаційну, екологічну складові [1, с. 437; 4, с. 227]. Як бачимо, з'являється нова функціональна складова економічної безпеки – інтерфейсна, яка характеризує взаємодію підприємства з економічними контрагентами (постачальниками, посередниками, інвесторами, споживачами тощо). Саме на цю складову, на наш погляд, слід звертати особливу увагу з точки зору управління іміджем компанії. Адже налагодження зв'язків з усіма контактними аудиторіями підприємства (учасниками бізнес-середовища, стейкхолдерами) сприяє довготривалим надійним відносинам з міжнародними партнерами та формуванню позитивного корпоративного іміджу.

Загрозу інтерфейсної складової становлять можливі непередбачувані зміни умов взаємодії з міжнародними економічними контрагентами підприємства. Для уникнення небажаних результатів важливо визначити очікування кожної з контактних груп щодо підприємства та навпаки. З урахуванням проведеного нами дослідження вважаємо обґрунтованим підхід до формування корпоративного іміджу з урахуванням цільового впливу суб'єктів управління на учасників бізнес-середовища (стейкхолдерів) [5, с. 467].

Слід зазначити, що імідж вітчизняного підприємства відрізняється високою чутливістю до змін бізнес-середовища, і, відповідно, потребує корегування з урахуванням потреб кожного окремого його учасника. Особливу увагу при цьому слід приділяти інтересам споживачів на міжнародних ринках. Саме на задоволення їх потреб підприємство має орієнтуватися в першу чергу. Де-хто з авторів виокремлює саме цю соціальну групу при формуванні позитивного іміджу підприємства: «Підхід, орієнтований на споживачів, використовує концепцію маркетингу і виходить з того, що позиція підприємства є лідируючою, якщо вона сприймається як цінність для споживача і відповідає його мотиваціям» [6, с. 441]. Проте не слід забувати й про інтереси інших учасників бізнес-середовища, від яких також залежить імідж

підприємств (клієнтів, бізнес-партнерів, постачальників, підрядників, інвесторів, кредиторів, громадськість тощо).

Особливу увагу в процесі управління іміджем підприємства також варто приділяти формуванню інтелектуальної й кадрової складової економічної безпеки. Важливими моментом охорони належного рівня економічної безпеки підприємства на міжнародному рівні постає проблема підбору, навчання й мотивації праці потрібних кадрів.

Взагалі, аналіз чисельних зовнішніх небезпек і загроз, можливих їх наслідків для бізнесу в Україні пов'язаний з тривалими дослідженнями, постійною діагностикою і моніторингом ситуації на міжнародних ринках. Незважаючи на це, кожне підприємство, виходячи з конкретної ситуації, повинно передбачати найбільш значущі (небезпечні) з них і розробляти заходи щодо своєчасного їх виявлення та можливого уникнення або послаблення впливу. Це безперечно буде підтримувати позитивний корпоративний імідж підприємств України і гарантуватиме їх стабільне й ефективне функціонування на міжнародних ринках з високим потенціалом розвитку в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С. М., Колодка А. В. Роль іміджу у забезпеченні економічної безпеки підприємства. *Економічна безпека держави: міждисциплінарний підхід* : монографія / за ред. Є. В. Хлобистова. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2013. С. 436–445.
2. Економічна діагностика : навч. посіб. / Т. Ф. Косянчук та ін. ; за ред. Т. Ф. Косянчук. Львів : Новий Світ–2000, 2007. 452 с.
3. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економічна діагностика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літератури, 2007. 307 с.
4. Городня Т. А., Мойсеєнко І. П. Економічна та фінансова діагностика : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2008. 282 с.
5. Руденко І. В., Кулинич Т. В., Непран А. В. Імідж торговельного підприємства: підходи до його формування. *Бізнес Інформ.* 2020. № 4. С. 464–471.
6. Шимко О. В. Імідж як інструмент досягнення конкурентних переваг торговельного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. № 1. С. 440–446.

Секція 2

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЗА ВИМОГАМИ ЄС

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ НАССР В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Т. В. Афанасьєва
спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Онал Садуллах
Президент YEPAD

Ресторанне господарство є однією з найважливіших складових сфер послуг національної економіки, основою бази туризму, від ефективності функціонування якого залежить здоров'я і рівень якості життя. В цей час зростання конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства тісно пов'язане із необхідністю безпечності ресторанних послуг. Безпечність харчових продуктів є важливим питанням, нерозривно пов’язане зі здоров’ям суспільства у всіх країнах світу. Умовами забезпечення випуску безпечної та якісної продукції є впровадження, адаптація та виконання принципів систем менеджменту безпечності при випуску харчових продуктів. Однак, всі існуючі системи більш притаманні та адаптовані до умов підприємств харчової промисловості [1].

Найефективнішим методом гарантування якості та безпеки харчової продукції у світі визнано систему НАССР. Це науково обґрунтований, раціональний і систематичний підхід до ідентифікації продукції, оцінювання та контролю ризиків, які можуть виникнути під час виробництва, перероблення, зберігання та використання харчових продуктів. Розробка та впровадження системи безпечності є ефективним методом менеджменту, який використовується для захисту підприємства при просуванні на ринку харчових продуктів і захисту виробничих процесів від різних ризиків забруднення [1].

Особливими причинами введення НАССР в якості системи харчової безпеки в ЗРГ: вимоги до зберігання і переробки продуктів харчування. Епідеміологічної статистика, яка вказує на те, що значна частина масових отруєнь відбувається внаслідок вживання кулінарній продукції, приготовленої в підприємствах громадського харчування і випадки отруєння, як правило, мають масовий характер. Впровадження системи НАССР забезпечує не тільки безпеку продукції і приготованих страв, але і сприяє розвитку ЗРГ в цілому: виробництво кулінарної продукції стає безпечним процесом, при якому персонал дотримується всіх санітарно гігієнічних норм і умов; впевненість відвідувачів в якості вживаної їжі обумовлює повну їх довіру до даного закладу, що підвищує його рейтинг; практично виключається виявлення можливих порушень при перевірках; заклад отримує маркетингову перевагу в умовах сучасної конкуренції.

Впровадження НАССР в Україні є важливим механізмом створення безпечного виробництва. але існує ряд проблем впровадження методики НАССР в діяльності

сучасних закладів ресторанного господарства. Серед них - висока собівартість робіт по впровадженню системи; недостатність кваліфікованого персоналу, який в індустрії харчування дуже часто змінює місце роботи, багато спеціалістів виїжджає за кордон; збільшення паперової роботи та інші фактори. Багатьом підприємствам впровадження НАССР не під силу через організаційні питання, так як в сімейному проекті працюють декілька чоловік. У подібних закладах власник, директор і технолог часто – одна людина, отже, виконати вимогу технічного регламенту з створення робочої групи НАССР є неможливим.

Також при впровадженні НАССР в закладах ресторанного харчування є проблеми, які обумовлені специфікою реалізації готової продукції. В закладах ресторанного господарства багато страв в меню, а тому великий асортимент сировини. В результаті робота з документами, які регламентують опис та вимоги до сировини, напівфабрикатів та готової продукції, складання нових техніко-технологічних карт, технологічних схем з визначенням критичних точок займає багато часу і є складною процедурою. Також необхідно описати інгредієнти, які при приготуванні контактували з алергенами. При цьому треба вказати склад, органолептичні, фізико-хімічні та мікробіологічні показники; законодавчі вимоги до безпеки продукту, методи обробки; пакування; термін придатності, умови зберігання, методи транспортування та ін. Це викликає значні труднощі в контролі перехресного забруднення, а так само вимагає істотних тимчасових витрат на проведення аналізу ризиків по сировині і технологічній схемі. Виходом може бути рішення розробити процедуру складання шаблону для однакових процесів при розробці технологічної схеми, а так же для сировини, за умови, що інформація буде достатньою зрозумілою під час правильного оцінювання всіх можливих факторів ризику. При складанні вимог до закупівлі харчової продукції так само виникає додаткова складність - з огляду на те, що заклади ресторанного господарства закуповують багато продуктів в невеликому обсязі, в багатьох випадках, покупка здійснюється не безпосередньо на підприємстві, а в дистриб'юторів. В результаті контролювати якість та безпеку сировини, дотримання умов зберігання та транспортування дуже складно. Тому при розробці процедури закупівель слід затверджувати не тільки дистриб'ютора, як затвердженого постачальника, але безпосередніх виробників, продукцію яких даний дистриб'ютор може постачати.

Інша проблема, з якою стикається більшість закладів ресторанного господарства при впровадженні НАССР, полягає в тому, що, на відміну від промислових підприємств, які мають власні лабораторії, на підприємствах ресторанного господарства їх, як правило, немає. Контроль показників безпеки сировини і готової продукції в сторонніх акредитованих лабораторіях проводиться тільки в рамках програми виробничого контролю (ПВК). Тому стає складніше контролювати показники безпечності сировини, що надходить на підприємство. Такий контроль при надходженні сировини здійснюється тільки шляхом перевірки умов транспортування, супровідної документації і оцінки органолептичних показників. Контроль безпечності готової продукції здебільшого проводиться тільки органолептичними методами [3] .

Таким чином, сьогодні система НАССР – основна модель управління якістю харчової продукції, головний інструмент забезпечення її безпеки. Щоб вирішити проблеми контролю над усім процесом виробництва кулінарної продукції необхідно

адаптувати принципи НАССР до специфічних виробничих характеристик підприємств громадського харчування. Для формування, забезпечення і підтримки високого рівня якості і безпеки послуг важливо ефективно використовувати організаційні та економічні важелі впливу на всіх етапах життєвого циклу приготування і реалізації продукції.

Список використаних джерел

1. Розробка елементів системи НАССР для впровадження в ресторан італійської кухні. URL: https://bit.ly/2WtZpKR (дата звернення: 11.12.2020).
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо харчових продуктів : Закон України від 22.07.2016 № 1602-VII. URL: https://bit.ly/34fTP2J (дата звернення: 11.12.2020).
3. Особливості впровадження системи НАССР у закладах ресторанного господарства. URL: http://www.semesta.lviv.ua (дата звернення: 11.12.2020).

ВПЛИВ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА РІВЕНЬ ЖИТТЯ

Н. Л. Аштаєва

спеціаліст І категорії, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

О. С. Аштаєв

спеціаліст І категорії, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи, завідувач навчальної лабораторії Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Г. А. Локай

член правління українського кулінарного союзу «Подільська гільдія кулінарів»

У час новітніх технологій стоїть питання про використання якісної сировини для приготування їжі. Безпека харчових продуктів - це одна із основних складових економічної безпеки кожної держави, що визначається спроможністю країни контролювати виробництво і ввезення безпечної сировини для приготування страв [1].

В нашій державі якість та безпека харчової продукції є питанням, яке хвилює як спеціалістів, так і пересічних громадян. Нерідко в раціон українців потрапляють продукти, що несуть загрозу здоров‘ю.

Стрімкий ритм життя не завжди дозволяє нормально та вчасно поїсти, тому у звичку входять швидкі перекуси з продуктів, якість яких залишає бажати кращого. Їжа є основою для нормального функціонування організму. Вона має всі необхідні елементи для розвитку, здоров‘я та працездатності. Але нажаль якість харчових продуктів зараз є серйозною проблемою. Уряди різних країн і провідні асоціації виробників харчової продукції все частіше торкаються питань безпеки продукції й шукають шляхи її забезпечення та контролю. Найбільш дієвим рішенням є введення єдиних міжнародних стандартів та вимог до забезпечення безпеки харчових продуктів [1].

Для того, щоб вітчизняні підприємства одержали конкурентні переваги на ринку, їм необхідно впроваджувати нові розробки по забезпеченню безпечності їжі. Ігнорування міжнародних норм може негативно вплинути на конкурентоспроможність українських харчових продуктів та завдати шкоду вітчизняним виробникам.

На характер харчування населення нашої держави впливають наступні фактори: кліматичні та географічні умови, розвиток господарства, культурний та економічний розвиток суспільства, звичаї та традиції.

Відомо, що поява багатьох захворювань залежить від надмірного споживання калорій, жирів та надходження корисних вітамінів у незначній кількості. Правильне харчування є основною потребою для нормального функціонування організму. В свою чергу, неправильне харчування може бути причиною захворювань різного характеру.

Всі продукти харчування поділяють на продукти тваринного та рослинного походження. Найбільш розповсюджені продукти рослинного походження, такі як фрукти, овочі, злаки. До продуктів тваринного походження відносять м'ясо, рибу, яйця, молочні продукти. Для нормального функціонування нашого організму до раціону повинні входити білки, жири, вуглеводи, мінеральні речовини та вітаміни. Поєднання харчових продуктів повинно становити норму для забезпечення фізіологічних потреб організму людини.

Виробництво якісних харчових продуктів потребує динамічного розвитку галузей харчової та переробної промисловості та передбачає впровадження нових інноваційних технологій світового рівня для виробництва продукції високої якості, оновлення матеріально-технічної бази підприємств, раціональне використання виробничого потенціалу і впровадження нового технологічного обладнання та устаткування. Загрозою продовольчій безпеці може бути наявність на українському ринку дешевих, але екологічно небезпечних продуктів харчування, які містять харчові добавки, генетично модифіковані продукти та гормони. Більшість сучасних виробництв акцентують увагу не на якості виробляємої продукції, а на способах доходу. Багато з них не мають необхідної матеріально-технічної бази, устаткування [2].

Основний показник якості продуктів харчування – це харчова цінність, яка характеризується кількісним вмістом і якісним складом білків, жирів, вуглеводів, мінеральних речовин, вітамінів, а також енергетичною цінністю і органолептичними показниками. Хімічний склад та енергетична цінність їжі повинні відповідати фізіологічним потребам організму людини. Для того, щоб оцінити якість раціону харчування необхідно зіставити хімічний склад з нормами фізіологічних потреб.

Значною мірою якість їжі залежить від дотримання стандартів, санітарних норм та технічних умов.

Сьогодні існує серйозна проблема забруднення продуктів рослинного походження токсинами у наслідок використання різноманітних добрив. Хімічні сполуки, пестициди, мінеральні добрива у невеликій кількості корисні у сільському господарстві, а у великій можуть накопичуватися у сировині та готовій продукції і негативно впливають на організм людини. В свою чергу порушення раціону харчування активізує ряд захворювань у системі кровообігу та органів травлення. Наукові дані засвідчують зв‘язок між якістю харчування та різними хворобами (ожиріння, цукровий діабет, подагра). Ці захворювання лікарі називають керованими патологіями. Тобто рівень смертності можна скоротити за рахунок якісного харчування.

Таким чином, проблема якості продуктів харчування реально існує. Її вирішення має комплексний характер і потребує врахування галузевих особливостей формування якості на всіх етапах виробництва продукції. З метою підвищення якості та безпечності продуктів харчування необхідне вдосконалення нормативно-правової бази, яка регулює питання параметрів якості та безпечності продуктів харчування, продовження гармонізації міжнародних стандартів, особливо на методі контролю показників якості і безпеки продукції. Важливою умовою гарантування продовольчої безпеки є: здійснення соціально-гігієнічного моніторинг забруднення харчових продуктів небезпечними забруднювачами, удосконалення методів оцінювання різних рівнів

забруднення продуктів харчування, оцінки їх небезпеки для здоров‘я суспільства, посилення контролю якості виробленої та ввезеної в Україну продукції направленої на реалізацію.

Із всього вищезазначеного можна зробити висновок, що для нормального функціонування організму людини потрібне якісне та здорове харчування. Наш раціон впливає на стан нашого здоров‘я і чим корисніші та якісніші продукти ми їмо, тим краще вони впливають на нашу працездатність, здоров‘я та рівень життя.

Список використаних джерел

1. Якість і безпека харчових продуктів : тези доп. ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф., 16-17 листопада 2017р. Національний університет харчових технологій; М-во освіти і науки України. Київ : НУХТ, 2017. 363 с
2. Микитюк В. М., Скидан О. В. Формування продовольчої безпеки в Україні : регіональний аспект. Житомир : ДАУ, 2014. 248 с.

ЛІКВІДАЦІЯ ДЕРЖПРОДСПОЖИВСЛУЖБИ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ТА МОЖЛИВІ НАСЛІДКИ

О. В. Гапонцева
кандидат технічних наук, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Н. І. Черевична
кандидат технічних наук, доцент, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

У серпні 2020 р. урядом було підготовлено проєкт щодо реорганізації Держпродспоживслужби та створення нового органу – Державної служби з контролю захворювань України. Відповідно до запропонованої концепції, новостворена служба у підпорядкуванні МОЗ має здійснювати реалізацію держаної політики у сферах безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, санітарного законодавства, санітарного та епідемічного благополуччя населення, епідеміологічного нагляду. Виконання функцій захисту прав споживачів пропонувалося передати Міністерству розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Варто зазначити, що функціональні обов’язки Держпродспоживслужби є значно ширшими, включаючи: ветеринарну медицину; контроль за додержанням законодавства про рекламу; законодавства щодо зберігання, транспортування, торгівлі та застосування засобів захисту рослин, показників вмісту шкідливих для здоров’я людини речовин та інгредієнтів у тютюнових виробах, які реалізуються на території України; державний нагляд за дотриманням юридичними особами вимог законодавства з охорони прав на сорти рослин у сфері виробництва, використання, зберігання, реалізації та розмноження садивного матеріалу сортів рослин; державний ринковий нагляд та метрологічний нагляд та контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, що є однією із найважливіших функцій. Крім того, експерти вважають недоцільним виведення питань безпечності та окремих показників якості харчових продуктів із-під підпорядкування Мінекономіки, що є профільним центральним органом виконавчої влади для продовольчої галузі. Тому ініціатива щодо реорганізації служби викликала значне занепокоєння у представників бізнесу та експертів.

Держпродспоживслужба була утворена в 2014 р. з урахуванням найкращих світових практик як базова модель єдиного компетентного органу ЄС, за принципом «від лану – до столу». Її основою стала Державна ветеринарна та фітосанітарна служба, із приєднанням до неї Державної інспекції з питань захисту прав споживачів, а також Державної санітарно-епідеміологічної служби. Таке об'єднання відповідало логіці та вимогам проєвропейських реформ: відповідати за всі питання, пов’язані з безпечністю харчових продуктів, мала одна служба, відслідковуючи безпечність всього ланцюжка виробництва за принципом.

Утворення єдиного органу контролю було ключовою вимогою ЄС для того, щоб вважати Україну надійним постачальником продовольчої сировини та продуктів харчування, що дозволяло відкрити європейський ринок для українських виробників.

Проведена Держпродспоживслужбою реформа системи контролю виробництва та обігу харчових продуктів виявилася ефективною та дієвою. Про це свідчить збільшення експорту харчової продукції втричі та більш ніж в 156 країн світу. На даний час реформування нормативного поля в галузі харчових продуктів знаходиться в завершальній стадії та наближене до стандартів країн-партнерів.

Діяльність служби стала відкритою та прозорою для українського споживача та бізнесу, а головне, відіграє важливу роль у державній стратегії щодо забезпечення продовольчої безпеки, контролю за наданням послуг, і сприяє визнанню України як надійного торговельного партнера. Це стало можливим завдяки ефективній роботі Держпродспоживслужби з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів, яка здійснює експертну роботу у подоланні технічних бар’єрів в торгівлі, в частині виконання санітарних та фітосанітарних заходів, забезпечує державної гарантії щодо дотримання вимог країн експортерів.

Ліквідація Держпродспоживслужби України як для бізнесу зокрема, так і країни в цілому містить значні ризики. Через переоцінку системи контролю якості і перепідписання міжнародних сертифікатів буде втрачено налагоджений експорт.

Завдяки спільним зусиллям Держпродспоживслужби та Української зернової асоціації щодо лібералізації експорту зернових культур на зовнішні ринки, розширення географії зернового експорту, впровадження актуальних світових стандартів в Україні та кращих практик ведення фітосанітарної діяльності, вдалося налагодити потужний експорт до В’єтнаму, Індонезії, Єгипту, Китаю та країн ЄС. Уразі реорганізації органу українські виробники втрачають позицію на зовнішньому ринку, що негативно вплине на економічну ситуацію в країні.

Відповідно до угоди з ЄС, Україна зобов’язалася запровадити низку синхронізаційних організаційних кроків з європейським законодавством. Серед головних вимог було створення єдиного компетентного органу, яким стала Держпродспоживслужба. Реорганізація цієї служби або її ліквідація ставить під загрозу співробітництво та інтеграцію України в європейський економічний простір.

Також подібна реорганізація передбачає появу нових контролюючих органів та збільшення перевірок, що є негативним для бізнесу.

Головним ризиком реорганізації служби є те, що проблематично буде забезпечити повноцінний контроль за якістю продуктів харчування, які купують українські споживачі, а також забезпечити захист їх прав у разі виникнення спірних питань. Оскільки безпечність харчових продуктів – це не контроль готового продукту на

показники безпеки, це моніторинг і контроль усього ланцюжка, створення системи простежування від сировини до готової продукції.

На разі, дана ініціатива уряду була переглянута та скасована. Передусім це стало можливим завдяки незадоволенню з боку бізнес спільноти, урядового офісу координації *європейської та євроатлантичної інтеграції,* комітету ВР з питань інтеграції України до ЄС**,** Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України щодо неприпустимості ліквідації Держпродспоживслужби. Замість реорганізації Держпродспоживслужби уряд прийняв рішення про створення окремого санітарно-епідеміологічного органу для контролю епідеміологічної ситуації та здоров'я населення в Україні, який належатиме до підпорядкування Міністерства охорони здоров'я.

Список використаних джерел

1. Панченко Ю. Загроза на столі: навіщо МОЗ хоче знищити європейську систему харчової безпеки в Україні. Європейська правда. URL: https://bit.ly/34i0iue (дата звернення: 20.08.2020).
2. Ліквідація Держпродспоживслужби та передача Санітарно-епідеміологічної служби Мінохорони здоров'я – оцінки ринку. URL: https://bit.ly/37maEuI (дата звернення: 21.09.2020).
3. Реорганізація Держпродспоживслужби посеред сезону може зупинити експорт аграрної продукції та зірвати посівну – УЗА. URL: https://bit.ly/3gLr3MA (дата звернення: 20.08.2020).
4. Держпродспоживслужба: рік без керівника та на порозі реорганізації. URL: https://bit.ly/386OT1b (дата звернення: 22.09.2020).
5. Уряд скасував реорганізацію Держпродспоживслужби, проте розділять одне з міністерств – Шмигаль. URL: https://business.ua/uk/node/10863 (дата звернення: 28.08.2020).

РОЗРОБКА ПОСТІЙНО ДІЮЧИХ ПРОЦЕДУР, ЗАСНОВАНИХ НА ПРИНЦИПАХ НАССР, У ХАРЧОБЛОКАХ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

Є. В. Жуков

кандидат технічних наук, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Відповідно до п. 2 ч. 2 ст. 20 ЗУ 771 [1] оператори ринку харчових продуктів мають:

— розробити, ввести в дію та використовувати постійно діючі процедури, що засновані на принципах системи НАССР (аналіз небезпечних факторів та критичні контрольні точки);

— забезпечити належну підготовку осіб, які є відповідальними за ці процедури, під час виробництва та обігу харчових продуктів.

Заклади освіти, незалежно від юридичного статусу своїх засновників (власників), є операторами ринку харчових продуктів, оскільки в їх управлінні знаходяться харчоблоки. Термін «харчоблок» не стандартизований у ДСТУ 4281 [2]. Він вводиться в обіг підзаконним актом [3], де пояснюється, що харчоблок — це потужність, яка розташована в закладі загальної середньої освіти, і використовується для виробництва та/або обігу харчових продуктів.

Діяльність, яку зобов'язані здійснювати заклади освіти, до недавнього часу регламентувалась Наказом 590 [4]. Однак введення в обіг спеціалізованих Настанов [5] спрощує виконання вказаних нормативних вимог. Спрощення діяльності убачається у тому, що від потужностей при закладах освіти (харчоблоків), на відміну від потужностей підприємств харчової промисловості, не вимагається виконання наступних вимог Наказу 590:

— визначення сфери застосування системи НАССР, оскільки вона за умовчанням розповсюджується на всі технологічні процеси та дослідженню підлягають усі види небезпечних факторів;

— визначення правильного та передбачуваного способу споживання (використання) харчового продукту споживачами, оскільки за умовчанням кулінарна продукція випускається у стані кулінарної готовності та термін її зберігання не має перебільшувати 30 хвилин;

— аналізування небезпечних факторів та етапів процесу у прив'язці до виду продукції або її групового асортименту, оскільки доцільним визнано застосування так званого «горизонтального» підходу при НАССР-дослідженні;

— акцентоване визначення методу, за яким приймається рішення щодо значущості ризику, та окреме документування цього методу, оскільки признається достатнім застосування процедури аналізу небезпечних факторів, яка наведена у додатку 12 до Настанов 2374;

— розроблення та впровадження окремої процедури простежуваності «крок уперед», оскільки існуюча практика «добова проба» в належній мірі відповідає галузевій специфіці.

Список використаних джерел

1. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 р. № 771/97/ВР-VII. Дата оновлення: 16.01.2020. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр (дата звернення: 10.12.2020).
2. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 12 с. (Інформація та документація).
3. Гігієнічні вимоги до харчоблоку, розташованого в закладі загальної середньої освіти: Проект наказу Мінекономіки. URL: https://bityl.co/4pgB (дата звернення: 10.12.2020).
4. Вимоги щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР): Наказ Мінагропрома від 09.10.2012 № 590. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12 (дата звернення: 10.12.2020).
5. Методичні настанови щодо розроблення, запровадження та використання постійно діючих процедур, які базуються на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках в закладах освіти: Наказ Мінекономіки від 17.11.2020 № 2374. URL: https://bit.ly/35LCiRf (дата звернення: 10.12.2020).

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ І ЯКОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА ВИМОГАМИ ЄС

Р. Р. Зоря
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії, голова циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Якубян Саркіс
координатор арабського сектору ІСС, Президент асоціації «Taste of Peace»
Балла Мімоза
віце-президент, міжнародний координатор асоціації «Taste of Peace. Jerusalem»

Проблема забезпечення якості така ж стара, як саме людство. В усі часи люди прагнули забезпечити високу якість, особливо в тих випадках, коли треба було гарантувати її безпеку. В сучасних умовах використання військової та космічної техніки, атомних електростанцій, погіршення екології, проблема безпеки людини стала особливо актуальною. Забезпечення безпечності і якості продукції є ключовою складовою захисту здоров'я споживачів будь якої країни. Передумовою розроблення та запровадження ефективного законодавчого регулювання безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються та імпортуються в ЄС, були серйозні інциденти, пов'язані з безпечністю харчових продуктів в 90-х роках минулого століття. Саме факти потрапляння на ринок ЄС та до кінцевих споживачів небезпечних для здоров'я харчових продуктів спонукали Європейський Союз та інші країни світу переглянути свої системи контролю безпечності продуктів харчування та шукати кращих способів захисті споживачів. І сьогодні законодавче регулювання безпечності та якості харчових продуктів в країнах – членах Європейського Союзу визнане одним з найкращих та найефективніших в світі.

В угоді про асоціацію між Україною з однією сторони та Європейським Союзом з іншої, яка була підписана в 2014 році, чітко зазначені зобов'язання нашої держави привести у відповідність національне законодавство вимогам ЄС до 2021 року. Ці зобов'язання стосуються, в тому числі, вимог до безпечності і якості харчових продуктів та системи державного контролю за дотриманням законодавства про безпечність харчових продуктів, які виробляються та вводяться в обіг на території України. В процесі виконання Угоди про асоціацію Україна має впровадити в національне законодавство понад 250 актів ЄС, які покликані сформувати загальні зсади відповідності між національними вимогами в сфері безпечності харчових продуктів, кормів та інших санітарних та фіто санітарних заходів та законодавством ЄС.

Безпечність харчових продуктів – це гарантія від виробника того, що продукти не нашкодять споживачеві та навколишньому середовищу при їх виробництві, приготуванні або споживанні відповідно до їх призначення. Якість харчових продуктів – це набір певних характеристик і властивостей продукції, очікуваних споживачем, але не пов'язаних з її безпечністю. Характеристики якості використовуються з метою надання гарантій щодо певних властивостей продуктів для вразливих груп споживачів, продукції для спеціального харчування, для аутентифікації продуктів і визначення додаткових вимог до їх маркування, або для свіжих фруктів і овочів.

Законодавче регулювання зазвичай обмежується основними вимогами до безпечності, які встановлюються в обов'язкових галузевих директивах ЄС. Хоча Європейський Союз в цілому не регулює якість харчової продукції, для невеликої кількості харчових продуктів все ж таки прийняти законодавчі акти, які регламентують

певні характеристики продукції, які можна розглядати як параметри якості. Деякі регламенти та директиви, тим чи іншим чином визначають аспекти якості окремих видів харчової продукції. Вимоги до якості можна знайти в описах деяких продуктів, що встановлюють мінімальні вимоги до їх складу, і в додатках, які деталізують ці описи.

У відповідності до плану імплементації Угоди про асоціацію в Україні до 2018 року вже прийнято низку законодавчих актів, які закладають основу для реформування системи гарантування безпечності харчових продуктів шляхом реалізації основних європейських принципів і практик. Зокрема, був прийнятий Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Введенні новації передбачають впровадження в Україні європейської концепції управління безпечністю та якістю продукції, яка базується на підході «від лану – до столу» та містять вимогу щодо простежуваності згідно Регламенту ЄС №178/2002. Закон встановлює терміни поступового переходу до застосування процедур, які базуються на принципах аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю в критичних точках HACCP до 2019 року.

Ефективна гармонізація національних вимог до якості та безпечності харчових продуктів з вимогами ЄС буде сприяти запровадженню ефективної європейської системи державного контролю безпечності та якості харчових продуктів за принципом «від лану до столу», підвищенню загальної безпечності харчових продуктів, захисту життя і здоров'я людини, захист інтересів споживачів, в тому числі шляхом надання їм належної інформації про харчові продукти, прозорі умови для аграрного та харчового бізнесу, підвищення його конкурентоспроможності та розширення доступу на ринок ЄС і міжнародні ринки збуту харчової продукції.

Список використаних джерел

1. Забезпечення безпечності і якості аграрної та харчової продукції відповідно до вимог Угоди про асоціацію : базовий аналітичний матеріал до семінарів у регіонах. Київ : ГО «Агромегаполіс», 2018. 36 с.
2. Бутило Р. Законодавство ЄС про безпечність харчових продуктів. *Спеціалізовані семінари компанії Kesarev Consulting*. URL: https://bit.ly/3gN51sE.

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ М'ЯСНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

К. Б. Нечепуренко
кандидат технічних наук, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Г. О. Горбенко
викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Т. П. Карпова
старший викладач Національної металургійної академія України, м. Дніпро

В останні роки проблема якісного харчування стала на новий рівень, за даними вчених одним із пріоритетів Державної політики є покращення структури харчування населення за рахунок збільшення споживання продуктів з високою харчовою цінністю. Визначено, що окреме місце на ринку нових видів продукції займають структуровані продукти, виробництво яких має певні переваги порівняно з традиційними. Науковий

та практичний інтерес до проблеми структуроутворення в харчових системах достатньо високий. У світі проводяться масштабні дослідження в даному напрямку, результатом чого є інтенсивний розвиток ринку структурованих продуктів. Фахівцями передбачено, що перспективним є виробництва структурованих продуктів на основі альгінатів. Тому харчові продукти з емульсійною структурою мають великий потенціал в технології посічених м'ясних виробів за умови відповідності одержання харчових матеріалів із заданими механічними властивостями, структурою та складом.

За станом на 2020 р. харчування різних груп населення України повністю забезпечує, але певних контингентів у значної частини населення перевищує енергетичні потреби. У той же час потреби в білках, в першу чергу в тваринного походження, задовольняється лише на 80%, що може бути продиктовано їх економічною недоступністю. У значної частини населення відзначається надмірне споживання жирів і вуглеводів, нестача вітамінів та мінеральних речовин.

Суспільним результатом науково-технічного і соціального прогресу є різке зниження енерговитрат в основної маси населення як у сфері громадського виробництва, так і в сфері домашнього господарства і побуту. Визначено, що енерговитрати людини знизилися в 1,5…2 рази. Необхідно, щоб сучасні вимоги нутриціології відреагував та відповідав мінливі фізіологічним потребам професійних і вікових груп населення країни.

Для свого успішного встановлення на споживчому ринку продукт повинен максимально задовольняти вимоги споживача. Виражена динаміка сучасного життя багатьох споживачів окрім традиційних вимог (якість, ціна) висуває ще одне побажання – зручність використання. Основною сировиною для виробництва м'ясних посічених виробів є м'ясо всіх видів худоби і птиці, оброблені субпродукти, білкові препарати тваринного і рослинного походження (кров, молоко, соєві ізоляти, концентрати), борошно, крупи, тваринні і рослинні жири, яйця і яйце-продукти, крохмаль, овочі, різноманітні стабілізатори і домішки та ін. У частці м'ясної сировини основне місце займає яловичина і свинина. Яловичина, як м'ясо з підвищеною в'язкістю, складає основу фаршу, а свинина, більш жирна і що володіє легкоплавким жиром, покращує смак готового січеного виробу.

При виробництві м'ясних посічених виробі в якості жировмішуючої сировини використовують свинячий шпик, свинячу грудинку, жир-сирець яловичий, свинячий, баранячий, кінський, харчові топлені жири. Серед інших підходів технології, що описується, є використання жирів не тваринного, а рослинного походження.

Аналіз літературних даних свідчить, що за сукупними заходами формування асортименту харчової продукції на основі натуральних фаршів розвивається за рахунок використання різноманітних харчових добавок. У класичних рецептурах посічені вироби з м'яса споживаються як самостійна продукція. Технологія посічених виробів постійно удосконалюється у харчовій галузі, але і на цей час вона не має достатнього розповсюдження як в нашій країні так, щоб задовольняти потреби споживачів. Доступність, повноцінність, технологічний потенціал, невибагливість до зберігання сировини дозволяє вести пошукові дослідження по розробці нової кулінарної продукції, яка б максимально задовольняла вимоги сучасного споживача.

Нами розроблявся напівфабрикат з використанням структурованої емульсії на основі натрію альгінату у складі м'ясних посічених виробів, який характеризується однорідністю, пластичною, щільною консистенцією та споживається після термічної обробки.

Життя сучасної людини зумовлює виникнення проблем харчування та аліментарно-залежних захворювань. Це пов'язано зі споживанням консервованих продуктів, продуктів після кулінарної обробки, зберіганню продуктів, а також з розвитком механізації та діяльності на виробництві та в побуті, з екологічним і рядом інших факторів цивілізації. Найбільш актуальними проблемами є:

- дефіцит тваринного білка і рослинних жирів;
- хронічна недостатність мікронутрієнтів (вітамінів, мінеральних речовин, поліненасичених жирних кислот та ін.), яка носить поліфункціональний і всесезонний характер;
- розбалансованість раціону по основним харчовим речовинам і енергії.

За цих ознак актуальним є корегування в структурі харчування населення вмісту основних нутрієнтів, в т. ч. і м'ясних продуктах. Реалізація таких підходів на державному рівні пов'язується з:

- виробництвом харчових продуктів, з умістом незамінних нутрієнтів,
- створенні технологій спеціалізованих м'ясних продуктів з використанням харчових компонентів і сировини різного термічного стану і спеціалізованих способів обробки;
- розробкою та освоєнням технологій екструзійних лікувально-профілактичних і дієтичних продуктів харчування на м'ясній основі.

Розглянуті вище напрями та завдання сформульовані провідними вітчизняними науковими школами в області переробки м'яса, що очолює І. А. Рогов, А. Б. Лісіцин, М. М. Ліпатов визначили, що великою перспективою є розробка проектів, які втілюють у виробництво нові розробки та коригують поставленні завдання, виходячи з вимог ринку і науки про харчування.

Іншими провідними фахівцями – В. Н. Гуляевим, Л. Г. Вінниковою та А. Н. Зайцевим було визначено, що у харчуванні людини м'ясо і м'ясопродукти є джерелом повноцінних білків, жирів, вітамінів, мінеральних та екстрактивних речовин, які використовуються організмом для біологічного синтезу та покриття енергетичних затрат.

Ця думка підтверджується тим, що склад і властивості м'яса та інших продуктів забою залежать від біологічних характеристик тварин, умов вирощування та кормління і тих змін, які виникають в тканинах під впливом зовнішнього середовища та інших факторів, що і визначають якісні характеристики м'ясної сировини.

Якість м'ясної сировини визначається кількісним співвідношенням тканин і їх фізико-хімічними, морфологічними характеристиками, що залежать від виду худоби, породи, віку і статі, умов утримання та відгодівлі тварини, анатомічних особливостей частин туші.

Як відомо з літератури, продукти забою сільськогосподарських тварин і птиці є багатокомпонентними структурно-складними система ми. Залежно від складу і властивостей їх використовують для виробництва харчових продуктів, кормової та технічної продукції, медичних препаратів. Харчову цінність м'ясної сировини визначають від кількісного співвідношення вологи, білку, жиру, вмісту незамінних амінокислот, поліненасичених жирних кислот, вітамінів групи В, мікро- і макроелементів, а також органолептичних показників м'яса. Дуже важливо встановити репрезентативні зв'язки між чисельними значеннями властивостей і якісними показниками продукції на всіх стадіях технологічного процесу, що дозволяє постійно контролювати процес виробництва.

Таким чином визначено, що одним із ефективних напрямів переробки м'ясної сировини являється виробництво структурованої продукції, що в свою чергу дозволить забезпечити населення України якісними та безпечними м'ясними продуктами харчування, розширити асортимент кулінарної продукції швидкого приготування з м'ясних посічених виробів та запровадити технології комплексної переробки м'ясної сировини з різними як товарознавчими, так і технологічними властивостями.

ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

А. М. Ніколаєнко-Ломакіна
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
О. О. Золотухіна
спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Панайотіс Хаджисему
професор готельного менеджменту і кулінарного мистецтва, голова кулінарного інституту Кіпру, Президент Cater-Plus International Consultants

Ви ніколи не задавали собі питання: ким ми є кожен день? Ми є споживачами різноманітної продукції. Більшість своїх коштів ми витрачаємо на придбання одягу, взуття, лікарських засобів, побутового посуду, обладнання, техніки для дому, але близько 60…70 % матеріальних заощаджень йде на купівлю продуктів харчування.

Вода, їжа, повітря – фундаментальна основа для нормального функціонування організму людини. Надходження якісних продуктів харчування забезпечує виконання всіх життєво необхідних процесів у нашому тілі. Кожен з нас не раз запитував у себе: «Що ми їмо? Що входить до складу продуктів харчування, які ми купуємо? Яку користь приносять нашому організму продукти придбані у супермаркеті?»

Для того, щоб відповісти на ці запитання спочатку треба розібратися, за якими показниками оцінюється якість придбаних нами продуктів харчування.

Якість продуктів харчування визначається:

- харчовою, енергетичною та біологічною цінностями;
- органолептичними, фізико-хімічними та санітарно-гігієнічними показниками;
- функціонально-технологічними властивостями, тощо.

До харчової цінності продуктів харчування відносять: вміст білків, жирів, вуглеводів, екстрактивних речовин, вітамінів, макро- та мікроелементів.

Під енергетичною цінністю розуміють кількість енергії, яка утворилась при окисленні (розщеплені) жирів, вуглеводів, білків, що містяться у продуктах харчування та як вони впливають на якісне функціонування всього організму. Так енергетична цінність при окисленні 1 г. білка складає – 4 ккаЛ., при окисленні 1 г. жиру – 9 ккаЛ., а при окисленні 1 г. вуглеводів – 4 ккаЛ. Про розщеплені вітамінів та мінеральних речовин енергія не виділяється.

Біологічна цінність визначається якістю білка, а саме вмістом в ньому восьми незамінних амінокислот: валін, ізолейцин, лейцин, лізин, метіонін, треонін, триптофан та фенілаланін.

Визначення санітарно-гігієнічних показників якості продуктів харчування, дозволяють оцінити їх безпеку для здоров'я людини. До цього показника відноситься кількісний вміст в продуктах свинцю, кадмію, ртуті, пестицидів, антибіотиків та радіонуклідів.

Такі продукти харчування як м'ясо, птиця та риба в охолодженому вигляді є сировиною для виготовлення широкого асортименту м'ясних та рибних страв. При покупці їх важливо розуміти, як вони себе поведуть при взаємодії з водою, жиром, сіллю, спеціями, а також при нагріванні, заморожуванні, розморожуванні, копченні, сушці, тощо. З цим питанням допоможуть розібратися функціонально – технологічні властивості продуктів: водозв'язуюча, емульгуюча, жирозв'язуюча та гелеутворююча здатність.

Найважливіші показники, якими ми користуємося як споживачі для оцінки якості будь-якого товару чи продукту харчування, є органолептичні. Саме за цими показниками, використовуючи власний зір, нюх та тактильні відчуття, ми оцінюємо якість всіх продовольчих та непродовольчих товарів. До органолептичних показників якості відносять: зовнішній вигляд продукту чи товару, смак, колір, запах та аромат, консистенція.

Але, необхідно питання про забезпечення якості та безпеку продуктів харчування розглянути і з іншої сторони. Важливим аспектом безпечності продуктів та товарів, за які ми, як споживачі платимо кошти, є їх відповідність нормативним документам: Державному стандарту України, сертифікатам відповідності якості товарів, ліцензіям якості, технічним умовам, тощо. В нашій державі є велика кількість організацій та установ, що повинні контролювати дотримання підприємствами оптової та роздрібної торгівлі нормативних та правових документів.

Важливим показником збереження якості харчових продуктів є дотримання умов та кінцевих термінів їх реалізації. До умов реалізації можна віднести температуру середи зберігання, відносну вологість повітря, рух повітря, потрапляння сонячних променів та інше. Всі ці умови прописані в сертифікатах якості на товар, ліцензіях якості, технічних умовах. Але майже кожен з нас, хоча б один раз, потрапляв у тенета купівлі неякісного товару. Кошті витрачені споживачем повертають. А куди направляють неякісний товар? На превеликий жаль товар, як правило, повертається на полиці магазинів, але замасковується іншими продуктами, у яких не закінчився термін реалізації. Шкода принесена вашому здоров'ю, при вживанні таких продуктів харчування величезна – це харчові отруєння, збій роботи шлунково-кишкового тракту, летальні випадки. Саме на це питання контролюючі органи повинні звертати увагу, тому що стан здоров'я людини в першу чергу залежить від того, що вона споживає.

Таким чином, можна зробити висновок, що ми, як споживачі харчових продуктів, заради безпеки власного здоров'я, повинні вміти на органолептичному рівні визначати їх якість та звертати увагу на терміни придатності, а контролюючі установи та організації перевіряти дотримання підприємствами торгівлі всіх норм та правил реалізації харчових продуктів на законодавчому рівні.

Список використаних джерел
1. Пономарьова П. Х. Генетично модифікована продовольча сировина і харчові продукти, вироблені з її використанням. Київ : Центр учбової літератури, 2015.124 с.
2. Павлоцька Л. Ф. Основи фізіології, гігієни харчування та проблеми безпеки харчових продуктів. Суми : Університетська книга, 2017. 440 с.
3. Пішак В. П. Вплив харчування на здоров’я людини. Чернівці : Книги-ХХІ, 2016. 499 с.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ У КОНТРОЛЮВАННІ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ ТА У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

А. Е. Радченко
кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри харчових технологій в ресторанній індустрії Харківського державного університету харчування та торгівлі
Г. І. Дюкарева
кандидат технічних наук, доцент, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

В епоху поглиблення інтеграційних процесів, розширення зовнішньоекономічних зв'язків і різних форм економічного співробітництва наявність інформації щодо рівня життя людей є необхідною умовою для оцінки економічного і соціального становища країни в світі.

Головне завдання кожної держави-забезпечення гідного рівня якості життя населення. В сучасних перетвореннях ринкової економіки проблема підвищення рівня якості життя потребує негайного вирішення.. Саме від вирішення цієї проблеми багато в чому залежить спрямованість, темпи подальших перетворень в країні і в кінцевому рахунку економічна, а отже і політична стабільність в суспільстві [1].

Якість життя включає такий об'єктивний чинник, як харчування. З точки зору науки «Товарознавство» рівень якості життя є інтегральним показником, в який входить складовою часткою якість та безпечність харчових продуктів [2].

Кожна п’ята смерть у світі трапляється саме через те, що люди не їдять здорову їжу. Окрім смертності неправильне харчування впливає на показник DALY (Disability-Adjusted Life Year).. Це кількість років здорового життя, втрачених в результаті хвороби або смерті. Внаслідок поганого харчування втрачено 255 мільйонів років здорового життя, що становить 16% від DALY серед дорослих усього світу. Це пов’язано з недостатнім контролем за виробництвом продуктів харчування [3].

Тому проблема контролювання якості та безпечності харчових продуктів в Україні та у зарубіжних країнах є актуальною і своєчасною. А удосконалення сучасних підходів в цьому важливому питанні край необхідні

Як зазначають експерти, зараз приблизно половина товарів на українському ринку не відповідає вимогам законодавства. Так, 43 % продуктів харчування за результатами перевірок Держспоживінспекцією є товарами з суттєвими порушеннями вимог Закону «Про захист справ споживачів». Характеристик цієї невідповідності багато. В першу чергу, споживач не може отримати серед більшості товарів, що лежать на прилавках, достовірну інформацію. На значну кількість товарів розповсюджувач не дає супровідних документів. І це не тільки в невеличких крамницях або базарах–у великих торговельних мережах така ж ситуація. До того ж немає чіткої градації, який товар

більш неякісний: той, що надходить з-за кордону, чи той, що виробляється в Україні, тому що насичення товарами на ринку досить високе. В більшості випадків неможливо встановити навіть походження товару. Розповсюджувач не обтяжує себе необхідністю мати супровідні документи. Під час перевірок у лабораторіях якості товару, виявляється багато неякісної продукції, де взагалі не згадується країна-виробник. Нажаль, Держспоживінспекція може лише вказувати на певні порушення, але вживати каральних заходів–ні. Якщо до суб'єкта є певна підозра в кримінальних діях, Держспоживінспекція звертається до компетентних органів. Таких звернень забагато. Таким чином, громадські організації та контролюючі органи, якщо звертаються з певною підозрою про кримінальну складову, в більшості випадків не отримують зворотньої відповіді

В свою чергу, в Європі діє один закон про відповідальність виробника, постачальника, продавця. В Україні не один такий проект закону був внесений до Верховної Ради. Але, на разі, його не ухвалено. А поки нема такого закону, не можна і говорити про повноцінне притягнення до відповідальності несумлінних виробників. Отже, українці можуть розраховувати лише на свій споживчий досвід, адже кількість судових рішень, винесених на користь споживачів дорівнює 0,01%.[4]

Саме від якості та безпечності харчових продуктів великою мірою залежить здоров'я кожної нації. Тому в будь-якій країні на державному рівні необхідно забезпечувати дотримання вимог щодо безпечності та якості. Одним зі способів такого забезпечення є державне контролювання. В свою чергу, Україна прагне стати членом ЄС. Підписано угоду про асоціацію між Україною та ЄС, згідно з якою наша держава зобов'язалася наблизити свою сферу технічного регулювання до законодавства ЄС. І в цьому напрямку багато вже зроблено. Але динамічні зміни, пов'язані з гармонізацією харчового законодавства з відповідними нормами ЄС та кращими світовими практиками, потребують постійного моніторингу. Особливий інтерес, в зв'язку з цим, викликає інформація щодо контролювання якості та безпечності продуктів харчування в інших країнах. З цією метою проаналізовано практики контролювання якості та безпечності харчових продуктів у США, Німеччині, Франції, Великій Британії та Японії.

Державний контроль безпечності та якості харчових продуктів у США здійснює Управління з контролю за харчовими продуктами та лікарськими засобами (Food and Drug Administration, FDA). Її діяльність регулюється Федеральним законом про харчові продукти. У разі виявлення порушень Управління пропонує виробникові ліквідувати брак або вилучити неякісну продукцію з ринку, що є найшвидшим та найефективнішим способом захисту прав споживачів. Вилучення продукції у США отримало назву «кампанія з повернення» (Recall campaings). Це повідомлення споживачам, які придбали неякісний продукт, про повернення всіх продуктів цієї партії виробникові. Крім того FDA має потужні юридичні важелі, які дають змогу через судові інстанції заборонити продаж неякісної продукції, вилучити й знищити продукти, що були вироблені, а самих виробників притягнути до адміністративної чи кримінальної відповідальності [5].

Активному розвиткові системи сертифікації виробництва сільгосппродукції у США сприяє Національна органічна програма USDA. Її нормативно-правову базу спрямовано на створення системи контролю якості на всіх етапах виробництва продукції, починаючи з грунту, добрив, сировини, добавок, готового продукту на стадії виробництва й реалізації. Практично на всіх переробних підприємствах і підприємствах харчування, у великих роздрібних мережах, на оптових складах

впроваджено систему НАССР, яка визначає й постійно контролює безпечність продукції. Наявність на підприємстві системи управління безпечністю харчової продукції є мінімальною вимогою для експортування продукції на ринки ЄС та на інші великі ринки. Крім системи НАССР, підприємства (за винятком м'ясо- та рибопереробних, виробництва соків) використовують систему Safe Quality Food – SQF. Це програма з суворими вимогами до безпечності харчових продуктів, визнана роздрібною торгівлею, власниками торгових марок і постачальниками послуг харчування в усьому світі. Також ця програма визнана Глобальною ініціативою з безпечності харчових продуктів (GFSI) [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що саме сучасні підходи у контролюванні якості та безпечності харчових продуктів сприяють забезпеченню прав споживачів і підвищенню рівня якості життя населення.

Список використаних джерел

1. Кузьмін О. В., Дяченко Т. Б. Вплив якості харчових продуктів на рівень жтття. *Якість і безпека харчових продуктів:* тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 16-17 листопада 2017 р. / Національний університет харчових технологій; М-во освіти і науки України. Київ: НУХТ, 2017. С. 46–47.
2. Артюх Т. М., Григоренко І. В. Теоретичні основи товарознавства : навчальний посібник. Київ : НУХТ, 2014. 263 с.
3. Неповноцінне харчування спричиняє найбільшу кількість смертей в світі. URL: https://bit.ly/2UGLUYN (дата звернення: 09.12.2020).
4. Половина товарів на українському ринку не відповідає нормам. URL : https://bit.ly/3gSROi3 (дата звернення: 11.12.2020).
5. Гуменюк Г. Д., Кійко В. В**.** Контролювання якості та безпечності харчових продуктів **у** зарубіжних країнах. *Стандартизація, сертифікація, якість.* 2019. № 4(116). С. 24–30.
6. About The SQF Program. URL: https://bit.ly/3qXzTvi (дата звернення: 11.12.2020).

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

Л. О. Радченко

кандидат історичних наук, доцент, професор Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, директор Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

А. Е. Радченко

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри харчових технологій в ресторанній індустрії Харківського державного університету харчування та торгівлі

Забезпечення якості й безпечності харчової продукції – ключова складова захисту здоров'я споживачів будь-якої країни. Збереження здоров'я нації, зокрема через продукти харчування, є одним із важливих напрямів національної безпеки. А екологічна безпека продуктів харчування – це глобальна проблема, яка впливає не лише на здоров'я нації, але й на добробут держави в цілому.

Актуальність обраної нами теми обумовлена тим, що в Україні не докладається зусилля для усунення негативних чинників, які впливають на безпеку продуктів харчування – мають місце, як недоліки законодавства щодо контролю та нагляду за станом навколишнього природного середовища. З іншої сторони – відсутні належні

механізми контролю за наявністю в продуктах харчування великої кількості добавок. Усе це обумовлює необхідність використання екологічно безпечних технологій, пов'язаних зі здоровим харчуванням і зміцненням здоров'я нації.

Саме факти потрапляння на ринок ЄС та до кінцевих споживачів небезпечних для здоров'я харчових продуктів спонукали Європейський Союз та інші країни світу переглянути свої системи контролю безпечності продуктів харчування та шукати кращих способів захисту споживачів.

Сьогодні законодавче регулювання безпечності та якості харчових продуктів в країнах-членах Європейського Союзу визнане одним з найкращих та найефективніших в світі. У 2000 році Європейським Союзом було розроблено Білу книгу безпечності харчових продуктів, яка містить концепцію формування правової основи для виробництва продуктів харчування та контролю за безпечністю харчових продуктів.

В Угоді про асоціацію між Україною з однієї сторони та Європейським Союзом з іншої, яка була підписана в 2014 році, чітко зазначені зобов'язання нашої держави привести у відповідність національне законодавство з вимогами ЄС до 2021 року. Ці зобов'язання стосуються, в тому числі, вимог до безпечності і якості харчових продуктів та системи державного контролю за дотриманням вимог законодавства про безпечність харчових продуктів, які виробляються та вводяться в обіг на території України.

Україна має впровадити в національне законодавство понад 250 актів ЄС, які покликані сформувати загальні засади відповідності між національними вимогами в сфері безпечності харчових продуктів та законодавством ЄС. Українських фермерів, інших сільгоспвиробників, операторів ринку харчових продуктів та споживачів очікує ухвалення низки законопроектів, які охоплять усю сферу забезпечення якості і безпечності харчових продуктів.

Українським сільгоспвиробникам та виробникам харчової продукції, щоб працювати в нових умовах, вже на самих ранніх стадіях започаткування, розвитку та модернізації свого виробництва потрібно враховувати вимоги, встановлені Угодою про асоціацію, і неухильно дотримуватися їх на практиці.

На жаль, не завжди національні виробники дотримуються цих вимог, коли пропонують свою продукцію на внутрішній український ринок для свого споживача. Дійсно вимоги ЄС хороші, своєчасні, але із-за їх недотримання часто в організм людини з харчовими продуктами проникають чужорідні речовини хімічної і біологічної природи. Стійкі в навколишньому середовищі пестициди надходять в організм людини в 95% випадків із харчовими продуктами, 4,7% – з водою, приблизно 0,3% – з атмосферним повітрям через дихальні шляхи і зрідка – через шкірний покрив. Радіонукліди потрапляють в організм людини ланцюгами «ґрунт – рослина – людина» чи «ґрунт – рослина – тварина – людина» у 94% випадків із їжею, приблизно в 5% – з водою і лише приблизно 1% – із вдихуваним повітрям. Отже, основна небезпека прихована саме в харчових продуктах. Крім того, до 70-80% від загальної кількості важких металів, що надходять до організму людини, приходиться саме на рослинну продукцію [1].

Так, нещодавно Верховна Рада підтримала у першому читанні законопроект №2289 про внесення змін до статті 4 Закону України «Про пестициди та агрохімікати» щодо ввезення пестицидів на митну територію України» [2]. Виникає питання, з яких причин його підтримують, коли цей Закон потенційно небезпечний для екології країни? Пояснюють це тим, що українські аграрії отримають доступ до інноваційних

засобів захисту рослин, ввозяться дослідні партії пестицидів для державних випробувань та наукових досліджень. Але цей Закон несе серйозні екологічні ризики:

- по-перше, він дозволяє ввезення в Україну пестицидів і агрохімікатів, які не зареєстровані та несертифіковані ні в Україні, ні в країні виробника. Тобто, хімікати невідомої якості, в тім числі й відверто шкідливі для навколишнього природного середовища;
- по-друге, дозволяє торгівлю і рекламу пестицидів, термін придатності яких минув;
- по-третє, збереження та утилізація пестицидів, які вироблені, але не пройшли випробування (оскільки це серйозні фінансові витрати, які теж не хочуть нести зарубіжні корпорації), тому Україна може перетворитися в полігон для зберігання небезпечних пестицидів.

Європейський ринок змушує виробників постійно підвищувати якість своєї продукції, а український, на жаль, дає можливість реалізовувати практично будь-яку продукцію. Наявність попиту на низькоякісну продукцію породжує пропозицію, що сприяє інвестиціям у нові прискорені технології виробництва харчових продуктів, які знижують собівартість. І поки в Україні споживачі не зрозуміють своєї небезпеки, яку несе дешева харчова продукція, а виробники і продавці не відповідатимуть за якість та безпечність виробленої й реалізованої продукції, не можливо розраховувати на підвищення її якості.

Ми прийшли до висновку, що сьогодні українське населення хоче і має вживати екологічно чисті і здорові харчові продукти. Надмірний вміст нітратів у харчових продуктах сприяє розвитку онкологічних і алергічних захворювань. Вимогам ЄС повинна відповідати не тільки продукція, що експортується на міжнародний ринок, але й така, що пропонується на внутрішньому українському продовольчому ринку. А харчові продукти для українського споживача повинні бути якісні і безпечні, які будуть задовольняти зростаючий попит на використання нових та оздоровчих товарів.

Список використаних джерел

1. Дзюбенко О. Екологічна безпека продуктів харчування. URL: https://bit.ly/2KfXZkF (дата звернення 08.12.2020).
2. Законопроект 2289 – спрощення процедури ввезення пестицидів та агрохімікатів в Україну. URL: https://bit.ly/3hddLbR (дата звернення 08.12.2020).

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОСМІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Ю. М. Радченко
кандидат економічних наук, професор, заслужений машинобудівник України,
радник секретаря РНБО України
В. М. Маренич
кандидат юридичних наук, доцент кафедри
журналістики і реклами Київського національного торговельно-економічного
університету, Заслужений журналіст України

Космічна промисловість України є однією з найбільш складних і наукоємних галузей машинобудування. Для утримання передових позицій в економіці підприємства ракетно-космічної галузі повинні постійно підтверджувати свою високу ефективність і готовність відповідати сучасним вимогам інформаційного суспільства.

Актуалізація вибору конкретних маркетингових стратегій, їх ефективного поєднання для підприємств космічної галузі пов'язана з тим, що реалізація конкретних замовлень, проектів вимагає сформованої наукової, технологічної, виробничої бази.

У сучасних умовах жорсткої конкуренції кожна складова економічного механізму повинна бути орієнтована на глобальний масштаб. Оскільки глобалізація висуває підвищені вимоги до розроблюваної продукції, тому сьогодні корпорації змушені шукати і розробляти власні ніші та стратегії розвитку.

Стрімкий розвиток інноваційних технологій та швидкоплинність процесів, що відбуваються на космічних ринках, вимагають рішучих і послідовних кроків, основаних на реальних можливостях та розумінні власних пріоритетів. Отже, на порядку денному – запровадження нової моделі вітчизняної космічної діяльності, яка б відповідала викликам сьогодення і була складовою частиною національної стратегії розвитку країни. Вихідним пунктом цього підходу є формування такої стратегії космічної діяльності, яка б задовольняла суспільні потреби і не була б заручником історично сформованих тенденцій [1].

Маркетингові технології на підприємствах цієї важливої галузі можуть бути пов'язані з використанням нових підходів та методів дослідження. Крім того, важливо використовувати нові стратегії сегментації ринку, зміни в асортиментній і ціновій політиці, позиціонування продукції і конструювання різних модифікацій кривої життєвого циклу товару тощо.

Залучаються великі обсяги інвестицій в нові космічні проекти, а найбільш прибутковими є ринки супутникового зв'язку, навігації, дистанційного зондування Землі. Основну роль у розвитку української космічної галузі відіграє забезпечення конкурентоспроможності та відповідності її продукції потребам і вимогам ринку. Конкурентоспроможність розглядається як відносний показник «якість - ціна». У космічній галузі цінові показники і показники технічних властивостей часто тісно переплетені й взаємно обумовлюють та доповнюють один одного.

Для здійснення всіх видів діяльності в космічній галузі виробляються і використовуються велика кількість різних видів продукції. Ми зупинимося на розгляді технічних показників якості наступних з них:

- космічні апарати (супутники) та платформи;
- засоби виведення космічних апаратів (ракети-носії).

Ціна є найбільш зручним і швидкодіючим інструментом виробника, за допомогою якого він впливає на споживачів і конкурентів. Узагальнений показник вартості космічних апаратів включає в себе наступні параметри: власне їх вартість; вартість використання ракети-носія і стартового комплексу для виведення космічних апаратів на орбіту; витрати на підтримку їх роботи. При визначенні конкурентоспроможності товару в космічній галузі істотну роль відіграють економічні нецінові показники: надійність і репутація фірми, налагоджені взаємозв'язки з постачальником.

Процес просування в космічній галузі можна розділити на два етапи:

1) розробка системи торгових марок з урахуванням всіх можливих особливостей;

2) розробка системи заходів щодо просування і реалізації продукції.

Залежно від предмета позиціонування в космічній галузі України можна виділити корпоративні марки і марки товарів та послуг. До перших відносяться назви підприємств галузі, наприклад ДП «КБ «Південне ім. М.К. Янгеля», ДП «ВО «Південмаш». До марок товарів в космічній галузі відносять назви продукції підприємств: ракети-носії «Молнія», «Протон», «Союз», «Рокот», «Стріла»; космічні апарати серії «Січ», а також назви унікальних розробок конструкторського бюро, нові

технології, деталі космічних апаратів, послуги та інше, тобто все те, що підприємство виробляє та продає.

Ефективною формою реклами в космічній галузі може бути розміщення інформаційних статей в галузевих журналах й інших спеціалізованих виданнях. Маркетингові рекламні стратегії та PR-заходи можуть бути розраховані не тільки на потенційних замовників як цільову групу, а й мати додаткові цілі крім просування товарів. Оскільки корпоративна марка стикається з різними цільовими групами, в завдання менеджменту може входити встановлення гармонійних відносин з місцевими та регіональними властями, а також з населенням. Для вирішення цих завдань, як правило, використовуються різні PR-заходи, зокрема участь в значущих для даних цільових аудиторій акціях, спонсорство і т. д.

Серед знакових досягнень, за період незалежності країни, слід відзначити реалізацію комерційних проєктів «Морський старт», «Наземний старт» і «Дніпро», а також успішну участь українських підприємств у європейському проєкті «Вега», американському проєкті «Антарес», у створенні космічного апарата «Єгиптсат», а також космічних апаратів серії «Січ». За великим рахунком світова мікросупутнікова революція стала можливою завдяки конверсійному ракеті-носію «Дніпро», який у 2014 р. встановив світовий рекорд, вивівши на орбіту 33 космічних апарати. А «Морський старт» у 2008 р. Міжнародним астронавтичним конгресом (МАК) було визнано найкращим проєктом. В окремі роки частка пусків українських ракет-носіїв досягала 10-12% загального обсягу світового ринку пускових послуг. Було запущено 27 космічних апаратів різного призначення, розроблених ДП «КБ «Південне імені М.К. Янгеля» і виготовлених на ДП «ВО «Південмаш». Крім того, ДНВП «Об'єднання Комунар» серійно виготовляло прилади систем керування для ракет-носіїв «Молнія», «Союз», «Протон». ПАТ «Хартрон» забезпечувало системами керування конверсійні ракети-носії «Рокот» і «Стріла», базовий модуль «Зоря» Міжнародної космічної станції та космічні апарати різного призначення. ВО «Київприлад» виготовляло системи керування бортовими комплексами космічних кораблів «Союз» і «Прогрес». Підприємства Київського радіозаводу – ПрАТ «Курс» та ПрАТ «Елміз» випускали комплекти апаратури «Курс» (виготовлено 138 комплектів) для стикування космічних кораблів з орбітальними станціями [2].

Але слід констатувати, що основні проголошені в останні роки цілі космічної діяльності не було досягнуто. Зокрема, космічна галузь не стала рушійною силою високотехнологічного розвитку економіки і впровадження космічних технологій та отриманої за їх допомогою інформації у сфері державного управління, національної безпеки та оборони, системі контролю за ресурсами тощо. Не виконано також основні стратегічні програмні цілі, такі як: створення національної системи дистанційного зондування Землі (ДЗЗ), входження до міжнародних програм з виконання важливих наукових проєктів. Сьогодні вітчизняний космічний потенціал, набутий ще у попередні роки, використовується не повністю і переважно в інтересах зарубіжних споживачів. І хоча ми маємо позитивні результати, пов'язані з участю в комерційних міжнародних проєктах, їх було досягнуто завдяки ініціативі Державного космічного агентства України та окремих підприємств галузі, тоді як державне управління космічною діяльністю загалом, на жаль, не було ефективним [2].

Таким чином, підвищенню ефективності космічної діяльності сприятиме вирішення актуальних завдань з використання стратегій маркетингового комплексу щодо забезпечення національної безпеки і оборони та реалізації геополітичних інтересів держави. Це буде сприяти соціально-економічному, науково-освітньому та

еколого-культурному розвитку суспільства, підвищенню престижу України як космічної держави на світовій арені, перетворенню космічної галузі України в мультиплікатор високотехнологічного розвитку вітчизняної економіки.

Список використаних джерел

1. Стратегія космічної діяльності України на період до 2022 року. Затверджено Наказ ДКА від 21.05.2015 №100. URL: https://bit.ly/3rfMPwO (дата звернення: 12.12.2020).
2. Горбулін В. П. Космічна стратегія та перспективи розвитку країни. *Наука і суспільство. Вісник НАН України.* 2020. № 2. С. 3–10.

ДО ПИТАННЯ ПРО ЕКОЛОГІЧНУ БЕЗПЕКУ ТА ЯКІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Я. Ю. Радченко
кандидат економічних наук, директор ТОВ «АВІА-СПЕЙС»
Л. М. Біленко
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи, заступник директора з навчально-методичної роботи Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Б. П. Дмитрук
кандидат економічних наук, професор, Заслужений економіст України
викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування,
Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ

Одним із важливих напрямів національної безпеки є забезпечення здоров’я нації через вживання безпечних і якісних харчових продуктів. Саме безпека і якість продуктів харчування, продовольчої сировини – фактори, що визначають здоров’я населення.

Виробництво і продаж якісної та безпечної харчової продукції з максимально збереженими незамінними харчовими речовинами – це проблема не тільки споживча, технічна, але й економічна, соціальна та політична. У зв’язку з цим гостро постають проблеми, пов’язані з підвищенням відповідальності за ефективність та об’єктивність контролю якості сировини, дотримання правил ведення технологічних процесів переробки, пакування, зберігання сировини, та нормативів зберігання і реалізації готових продуктів.

Актуальність даного дослідження зв’язана з тим, що перед провідними країнами світу постала задача не просто забезпечити населення продуктами харчування, а й задовольнити його потреби у життєво важливих, безпечних і якісних харчових продуктах, які відповідають за здоров’я людей. Ще в епоху античності Гіпократ висловив думку, що їжа має бути ліками, а ліки – їжею. Здоров’я людини залежить від середовища, в якому вона мешкає – від якості повітря, води, ґрунтів, харчів тощо. Харчування забезпечує організм енергією, необхідною для процесів життєдіяльності. З харчовими продуктами в організм людини надходить більшість необхідних для його функціонування компонентів – білків, вуглеводів, жирів, вітамінів та мінеральних речовин, що сприяють відновленню клітин та тканин і забезпечують необхідною кількістю енергії та пластичного матеріалу. Неправильне харчування призводить до появи багатьох захворювань, що виникають внаслідок зниження захисних властивостей організму. При цьому порушуються процеси обміну речовин, з’являється передчасне старіння, зниження працездатності, збільшення ймовірності розвитку

депресії. Виникають також проблеми з обмінними процесами, шлунково-кишковим трактом, серцем і судинами, опорно-руховим апаратом [1].

З погляду на сьогоднішній екологічний стан в Україні, скільки б людина не вживала їжі рослинного і тваринного походження, в ній все одно недостатньо тих чи інших необхідних нашому організму вітамінів та мікроелементів. Використання сучасних технологій обробки їжі, велика кількість рафінованих і неякісних продуктів призводить до того, що природний вміст найважливіших мікроелементів в них значно знижується.

У Законі України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» має місце визначення поняття «безпечний харчовий продукт», під яким розуміється харчовий продукт, який не справляє шкідливого впливу на здоров'я людини та є придатним для споживання [2]. Більш широке визначення наведено у Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини», безпечний харчовий продукт – харчовий продукт, який не створює шкідливого впливу на здоров'я людини безпосередньо чи опосередковано за умов його виробництва та обігу з дотриманням вимог санітарних заходів та споживання (використання) за призначенням [3].

Виокремлюють дві основні групи чинників, які впливають на екологічну безпеку харчових продуктів:

- перша група – це стан навколишнього природного середовища;
- друга група охоплює сировину, з якої виготовляються продукти харчування – це продукти рослинного та тваринного походження та технології їх вирощування, переробки.

Сьогодні, ми, на жаль, не можемо говорити про належний стан навколишнього природного середовища. Причиною цього є те, що електростанції, заводи, фабрики викидають в атмосферу тонни шкідливих газів; вміст токсичних речовин у вихлопних газах автомобілів значно перевищує загальноприйняті норми; промислові підприємства своїми стічними водами забруднюють водні басейни, сотні гектарів родючих земель залишаються не використаними, внаслідок чого не одержано багато сільськогосподарської сировини, придатної для харчової та переробної промисловості, а багато з тієї, що отримана стала небезпечною для людини.

Друга виокремлена нами група потребує більш пильної уваги, оскільки саме технологія виробництва, переробки та зберігання продуктів харчування несе в собі найбільшу небезпеку. Використання недосконалої технології та обладнання при виробництві харчових продуктів призводить до потрапляння шкідливих домішок у кінцевий продукт або утворення шкідливих речовин під час виробничого процесу. На сьогодні, найбільшу увагу приковує використання ГМО при виробництві харчової продукції. Споживання харчових продуктів з ГМО несе потенційну небезпеку для здоров'я людини.

Японські вчені визначили, що споживання двох столових ложок генетично модифікованої сої за добу протягом місяця призводить до значного підвищення рівня тиреостимулювального гормона і подальшого розвитку захворювання вола (зоб). Вчені Корнельського університету (США) виявили взаємозв'язок між годуванням дітей соєвим молоком і розвитком аутоімунних захворювань. Серед дітей-діабетиків у два рази більше таких, кому в дитинстві в раціон харчування добавляли сою [4].

Таким чином, значна кількість продуктів харчування вироблених в Україні не є конкурентоспроможною на світовому ринку. Оскільки здійснюється неналежний контроль як за викидами в навколишнє природне середовище, так і за всіма етапами виробництва харчової продукції. Якщо проблема забруднення навколишнього

природного середовища є глобальною і потребує вирішення всього світового товариства, то контроль за екологічною безпекою на стадії виробництва продуктів харчування – це справа кожної окремої держави.

Для успішної роботи на ринку харчових продуктів кожному підприємству необхідно постійно вдосконалювати якість продукції, покращувати її властивості, намагатися знизити собівартість продукції за рахунок впровадження новітніх технологій, а не за рахунок зниження якості продукції.

Це зумовлює необхідність впровадження передових систем управління якістю та безпекою харчових продуктів, зокрема, HACCP – інструмент управління, що забезпечує більш структурований підхід до контролю ідентифікованих небезпечних чинників.

Список використаних джерел

1. Лялик А., Криськова Л., Кравчук Л. Концепція функціональних харчових продуктів. *Стан і перспективи харчової науки та промисловості:* зб. тез доп. IV міжнар. наук.-тех. конф. / Терноп. нац. тех. ун-т імені Івана Пуля (11–12 жовтня 2017 року, м. Тернопіль) URL: https://bit.ly/3rgGcdC (дата звернення: 12.12.2020).
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997, № 771/97-ВР. *Відомості Верховної Ради України.* 1998. № 19. Ст. 98. URL: https://bit.ly/2J8ilLT (дата звернення: 10.12.2020).
3. Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» : Закон України від 06.09.2005. *Відомості Верховної Ради України.* 2005. № 50. Ст. 533. URL: https://bit.ly/3p9RZIP (дата звернення: 10.12.2020).
4. Пономарьов П. Х., Донцова І. В. Генетично модифікована продовольча сировина і харчові продукти, вироблені з її використанням : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 126 с.

ТОВАРОЗНАВСТВО В СУЧАСНОСТІ

О. О. Соколовська

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

У сьогоденні, конкурентоспроможність суб’єкта господарювання визначається рівнем задоволення потреб споживача, а саме висуваються принципово нові вимоги до якості продукції. Отже, управління якістю є однією із ключових функцій менеджменту, основним засобом досягнення та підтримки конкурентоспроможності. Однак на рівень якості впливають і інші фактори, контролювання яких є специфічною ланкою життєвого циклу продукції. Саме цими питаннями займаються спеціалісти з товарознавства.

В сучасності роль товарознавства знижують, перекваліфіковуючи до економічних або технологічних наук, однак, необхідно підкреслити, що головною метою товарознавства є забезпечення високої якості продукції за рахунок вивчення: споживчих властивостей товарів; факторів, що обумовлюють якість товарів; методів контролю й оцінки; закономірностей формування асортименту товарів; умов збереження якості при зберіганні, транспортуванні, реалізації та споживанні.

Аналізуючи державну систему управління якістю очевидно, що на кожному етапі «Петлі якості» присутній контроль факторів, що впливають на показники якості та безпечності продукції, а отже виникає потрібність у знаннях саме товарознавства. Проведення оцінки відповідності здійснюється за умови наявності спеціалістів зі знаннями товарознавства в першу чергу. Розглядаючи питання підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання за рахунок апробації міжнародних систем якості, даний процес також унеможливлюється без товарознавця. Існує достатня кількість міжнародних систем якості, таких як НАССР, система стандартів серії ISO, система менеджменту TQM та інші, кожна з яких несе свою мету і завдання, впровадження їх можливе лише за умов присутності кваліфікаційного спеціаліста, не економіста чи технолога, а саме товарознавства. В реаліях сьогоднішнього дня асортимент товарів та послуг настільки розширився, що складно без кваліфікації визначити потребу в тому чи іншому, а проблема фальсифікації стоїть достатньо гостро. Ці питання може контролювати лише спеціалісти в області товарознавства.

Резюмуючи вище сказане, товарознавство – це наука яка є ланкою між споживачем та суб'єктом господарювання, між суб'єктом господарювання та державним регулюванням, а саме інструментом захисту споживачів, інструментом підвищення конкурентоспроможності та управління якістю на всіх етапах життєвого циклу продукції. Сучасні реалії унеможливлюють об'єднання товарознавства як науки з економічною чи технологічною, тому що специфіка роботи стає більш об'ємною з розвитком нашого суспільства, потребуючи знання з багатьох галузей знань.

ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ – НОВА ПАРАДИГМА ЗБЕРЕЖЕННЯ ГЕНОФОНДУ НАЦІЇ

А. І. Трубчанін

хірург хірургічного відділення №1 Комунального некомерційного підприємства «Міська клінічна багатопрофільна лікарня № 17» Харківської міської ради

Майбутнє української нації оцінюється передусім за станом здоров'я кожного громадянина, оскільки здоров'я – це важливий економічний, соціальний, емоційний чинник, значення якого особливо в нинішніх умовах пандемії коронавірусу (COVID-19) неможливо переоцінити.

Під здоровими продуктами харчування розуміють такі, що містять харчові інгредієнти, які приносять користь здоров'ю людини: підвищують опірність до захворювань, покращують стан багатьох фізіологічних процесів в організмі, дозволяють йому довгий час зберігати активність.

Стан харчування населення є однією з найважливіших проблем для України. Так, у 2004 р. прийнято Концепцію поліпшення продовольчого забезпечення та якості харчування населення. Метою якої є забезпечення зміцнення та збереження здоров'я населення, здійснення профілактики захворювань, пов'язаних з порушенням харчування, поліпшення демографічної ситуації в Україні [1].

Одним з принципів раціонального та збалансованого харчування є наявність у їжі таких незамінних харчових речовин, як незамінні амінокислоти, поліненасичені жирні кислоти, вітаміни та мінеральні речовини. Позитивно впливають на здоров'я людини здорові продукти харчування, які розглядаються як такі, що забезпечують при їхньому споживанні достовірний лікувально-профілактичний ефект для організму.

До групи здорових відносяться продукти харчування:

- по-перше, натуральні та немодифіковані;

- по-друге, в яких один з компонентів збільшено за допомогою спеціальних умов для його зростання, створення біотехнологічних засобів;
- по-третє, до яких необхідно додавати компоненти для забезпечення належного ефекту;
- по-четверте, в яких компонент був переміщений технологічними або біотехнологічними засобами таким чином, щоб забезпечити ефект, який інакше неможливо отримати;
- по-п’яте, в яких один компонент був замінений альтернативним компонентом зі сприятливими властивостями;
- по-шосте, в яких компонент був змінений ферментними, хімічними або технологічними засобами для забезпечення необхідного ефекту;
- по-сьоме, в яких біонакопичування компонента було змінено;
- по-восьме, в яких поєднується будь-що з вищенаведеного [2].

Експорт української здорової органічної сертифікованої продукції втричі перевищує обсяги внутрішнього споживчого ринку в Україні і наразі становить 99 млн. євро. Органічний ринок є одним з найдинамічніших ринків продовольства у світі, тому удосконалення харчового законодавства набуває все більшого значення. Наразі розширюється коло учасників органічного ринку, залучаються не тільки виробники, технологи та контролери, а й ті, хто безпосередньо реалізує продукцію і забезпечує її фактичне постачання споживачеві.

Світ здорового харчування переживає революцію, нові рекомендації ВООЗ і медиків привели до глобальної зміни у вимогах до складу продуктів здорового харчування. Сьогодні в результаті численних епідеміологічних досліджень абсолютно точно доведено зв’язок між харчуванням і розвитком серцево-судинних захворювань, злоякісних новоутворень, цукрового діабету другого типу, ожиріння і остеопорозу. Причин неправильного харчування кілька, в тому числі – погана інформованість людей про структуру харчування, підборі продуктів харчування для щоденного раціону, способи приготування їжі. При розгляді проблеми приготування продуктів харчування на основі харчової комбінаторики необхідно враховувати, що велика частина населення перебуває в так званому третьому стані – між здоров’ям і хворобою. При цьому організм потребує м’яко діючих засобів, що нормалізують дещо змінені функції здорової людини, обумовлюючи в даному випадку неоціненність продуктів функціонального призначення.

У нових продуктах харчування, особливо в рафінованих, спостерігається нестача вітамінів, макро- і мікроелементів, повноцінних білків, харчових волокон, ненасичених жирних кислот. Для сучасного ринку харчових продуктів вже недоцільно випускати нові смачні продукти. Зараз приділяється увага складу поживних макроелементів, виключенню потенційно небезпечних для здоров’я речовин з харчових продуктів і збільшення в складі продуктів мікронутрієнтів, тобто існує необхідність створювати здорові продукти харчування.

Ключові аспекти в рішенні цієї проблеми – науково-обґрунтований пошук і підбір перспективних джерел сировини з високими санітарно-гігієнічними та медико-біологічними показниками, а також застосування сучасних біотехнологічних прийомів, які дозволяють не тільки істотно впливати на органолептичні і фізико-хімічні показники сировини і готової продукції, підвищуючи їх харчову цінність, але й надавати їм спрямовані оздоровчі властивості.

Таким чином, для здійснення програми соціально-економічних перетворень в Україні необхідно забезпечити населення високоякісними, доступними харчовими продуктами, що не тільки відтворюють енергетичні витрати організму, а й позитивно впливають на нормалізацію його життєдіяльності. Саме таке харчування в сучасних умовах є запорукою відновлення й підтримування на належному рівні здоров'я кожної людини і гарантом збереження генофонду нації. Здорові продукти харчування не є ліками і не можуть виліковувати, але допомагають попередити хвороби і старіння організму в екологічній ситуації, що сьогодні склалася.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Концепції поліпшення продовольчого забезпечення та якості харчування населення : Розпорядження КМУ від 26 травня 2004 р. № 332-р. URL: https://bit.ly/2JccGoe (дата звернення 12.12.2020).
2. Howlett J. Functional foods: from science to health and claims: Monograph. Belgium: Brussels, ILSI Europe, 2008. P.44.

Секція 3

ПРАВОВІ ГАРАНТІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ У ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

MARKETING STRATEGY: SOCIO-CULTURAL ASPECT

Skinder N., Torianik I.
Lecturers, Kharkiv College of Trade and Economics KNUTE

Our world is very different: it consists of many cultures, subcultures, traditions and, of course, people. The audience of consumers can be completely different, not only in different countries, regions, but even in neighboring areas.

Global marketing is focusing on product according to the needs of potential buyers in other countries. A global marketing strategy is part of an overall strategy that helps businesses expand into new markets around the world. As a business expands globally, some aspects, such as the name and logo, are likely to remain the same, although sometimes brands use different names in different territories. While the approach to marketing - messaging, creative, PR, advertising, and channels - will change for every market that a company goes into.

The question of implementing a marketing strategy in the world remains rather controversial. Since there are no universal tools that work with everyone and everywhere. It is always necessary to start from what the audience wants, what is interesting to it, what it lives, what problems it has, what it lacks. Without taking this into account, you can certainly create a beautiful advertising campaign, but will it be successful? If you offer people what they don't need at all.

To promote a product on the global market, you should understand:

1. Where are your consumers from, their geolocation;
2.Differentiate offers;
3.Branding;
4.Localize advertising messages.

In addition, for a better understanding of the socio-cultural and psychological characteristics of the audience, it is necessary to conduct various studies. Even if you live in the country where you will sell the product, it is still necessary to understand where your audience is, what social networks they use. Moreover, the promotion of the same product, but in different social networks, can also be completely different.

Researching the psychological impact of color in each culture you work in is extremely important in choosing the right packaging colors for your product. When working on packaging and label design, the following key questions can help:

Are international brands important to promote and differentiate a product? Are the colors used on labels and packaging offensive or attractive to a foreign buyer?

Can labels and instructions be issued in an official or common language if required by law or practice?

Should information be provided on product composition and country of origin?

Researching the psychological impact of color in each culture you work in is extremely important in choosing the right packaging colors for your product. When working on packaging and label design, the following key questions can help:

Are international brands important to promote and differentiate a product? Are the colors used on labels and packaging offensive or attractive to a foreign buyer?

Can labels and instructions be issued in an official or common language if required by law or practice?

Should information be provided on product composition and country of origin?

Are weights and measures indicated in local unit of measure? Do I need to label each product individually? What language will be used on the label? Are local tastes and knowledge taken into account?

It should be also noted that one of the biggest global marketing mistakes that most companies make is ignoring their local teams.

Thus, the socio-cultural aspect is very important, global success is critically dependent on the balance between universality and local adaptation.

ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ЯК ВИКЛИКИ СВІТОВОЇ КРИЗИ

Т. В. Іващенко
викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Посилення господарської взаємозалежності національних економік викликало у світовій економіці глобалізацію та всебічну інтеграцію. Міждержавні об'єднання, торгово-економічні блоки, фінансові, валютні та фондові ринки все більше впливають на формування та розвиток світового господарства. У світлі сучасних інтеграційних процесів дослідження поняття міжнародної економічної інтеграції постає особливо актуально. Адже потреба інтеграції національних економік у світове господарство є глобальною закономірністю і виступає одночасно тенденцією світового розвитку та передумовою подальшої інтенсифікації процесів глобалізації. Міжнародна інтеграція є складним, суперечливим та неоднозначним процесом, однак водночас вона є і одним із засобів підвищення добробуту країн у результаті переходу до більш ефективного виробництва.

Дж. Вайнер, який вважається основоположником традиційної теорії економічної інтеграції у книзі «Питання про митні союзи» (1950 р.), охарактеризував детальний економічний аналіз усіх переваг і вигод від економічної інтеграції. Після створення митного союзу в економіці країн спостерігається виникнення так званих статистичних ефектів інтеграції, тобто її економічні наслідки. Дж. Вайнер розділив дані ефекти на дві групи: ефект створення торгівлі та ефект відхилення торгівлі. Ефект створення торгівлі виникає тоді, коли в країні формується потік імпортних товарів у зв'язку зі створенням митного союзу, що веде до здешевлення імпортних товарів через відміну мита. Основними наслідками даного ефекту є переорієнтація споживачів на дешевший імпортний товар, розширення ринку та ефективніше використання ресурсів, а найголовнішим є те, що добробут країн підвищується та зростають масштаби торгівлі. Міжнародна економічна інтеграція переважно завжди призводить до зростання добробуту країн, оскільки ефект відхилення, який виникає в результаті створення митного союзу і веде до покращання добробуту в країнах-учасницях та до його погіршення в державах, які не є членами даного об'єднання, перекривається вищим за вартістю ефектом створення торгівлі.

Міжнародна економічна інтеграція характеризується взаємним сплетінням економік різних країн, ліквідацією бар'єрів у торгівлі, зближенням ринків кожної з країн з метою створення єдиного спільного ринку, а поглиблення міжнародного поділу праці, інтернаціоналізації господарського життя, науково-технічної, виробничої та комерційної кооперації у світовій економіці призводить до її розвитку [1]. В сучасних умовах таке поглиблення є найхарактернішою ознакою розвитку світового господарства. Український економіст А. С. Філіпенко вважає, що світове господарство

– це відображення структури сучасної цивілізації [4]. Але у процесі його функціонування відбуваються певні структурні зміни: збільшення обсягу виробництва продукції; високі темпи розвитку сфери послуг і збільшення кількості зайнятих в ній; зміна аграрно-сировинної спрямованності країн, що розвиваються; скорочення питомої ваги сировинних товарів у світовому товарообороті.

В ослабленні наслідків світової економічної кризи розвиток міжнародного співробітництва та регіональної економічної інтеграції має велике значення. Таке твердження було висловлене на засіданні «Великої Двадцятки» У Вашингтоні у 2008 році. У результаті було опубліковано Декларацію, у якій зазначалося, що «необхідно нарощувати співпрацю і працювати спільно з метою відновити глобальне зростання» [1].

Важливу роль у протистоянні глобальному економічному спаду також відіграє регіональна економічна інтеграція. Для забезпечення її розвитку та стабільності постає захист національних ринків усередині континентальних інтеграційних угрупувань. Раніше Євразійський континент відставав від глобальних світових подій. Але за останні роки ситуація змінилася і провідним регіоном світу стає Євразія. В умовах світової кризи економічний баланс забезпечують, перш за все, країни Євразії – Китай, Росія, Євросоюз, Індія. Світова криза активізувала інтеграційні процеси серед краї СНД. З метою пошуку шляхів подолання наслідків економічної кризи у 2008 році в Кишиневі на саміті було прийнято стратегію розвитку СНД до 2020 . Щоб подолати негативний вплив світової економічної кризи, були визначені такі задання: 1) завершення формування й функціонування зони вільної торгівлі; 2) формування передумов для створення загального економічного простору; 3) створення спільних ринків для окремих видів продукції; 4) формування мережі міжнародних транспортних коридорів.

Що стосується української економіки, яка характеризується високим рівнем «відкритості», інтегрованості в світову економіку і залежності українських виробників від торгівлі на іноземних ринках, то останнім часом спостерігається зростання показника рівня «відкритості», що визначається співвідношенням обсягів експорту та імпорту до ВВП. Але протягом останніх десяти років цей показник майже не змінювався: співвідношення обсягу торгівлі до ВВП зберігається практично на рівні 100% (107,5% у 2015 році), без чіткої тенденції до зростання. Тому актуальним стає питання торгової конкурентоспроможності України. Високий рівень «відкритості» робить країну вразливою, оскільки нестабільність на світових ринках суттєво впливає на економічний розвиток України. Проте її низька конкурентоспроможність негативно впливає на можливість інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості. Відповідно до результатів дослідження Всесвітнім економічним форумом глобальної конкурентоспроможності Україна зайняла в глобальному рейтингу за 2016-2017 рр. 85 позицію з 138 країн. Разом з тим, за останні роки присутність України в глобальних виробничих мережах суттєво зросла, але все ще залишається недостатньою.

Аналізуючи різні погляди на сутність інтеграційних процесів, можна зробити висновок про те, що під час світової кризи економічна інтеграція відіграє найважливішу роль у підтриманні економічної стабільності. В умовах глобалізації світової економіки міжнародна економічна інтеграція набуває суттєвого значення, зростає роль регіональних економічних структур у забезпеченні стабільності. Економічна інтеграція як процес розвитку стійких взаємозв'язків і поглиблення поділу праці, форма зближення і посилення взаємодії національних економік може надати поштовх для розвитку продуктивних сил та модифікації виробничих відносин.

Список використаних джерел
1. Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения. Москва : Юристъ, 2001. 368 с.
2. Білецька Л. В., О. В. Білецький, В. І. Савич. Економічна теорія : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 688 с.
3. Зовнішньоекономічний словник-довідник / В. В. Батрименко, С. В. Борисов, М. М. Відякіна; за ред. А. С. Філіпенко. Київ : Академія, 2009. 247 с.
4. Філіпенко А. С. Міжнародні економічні відносини : теорія : підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : Либідь, 2008. 392 с.

ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ЗАКОНУ УКРАЇНИ «ПРО БЕЗПЕЧНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ» З МЕТОЮ ГАРМОНІЗАЦІЇ НОРМ ХАРЧОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА З ВІДПОВІДНИМИ НОРМАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Н. О. Резенкіна
спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Т. А. Тетеріна
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Г. Каращук
студентка групи М-1-19 відділення економіки та бізнесу Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» постійно зазнавав критики. Тому 22 липня 2019 року Верховною Радою України ухвалена нова редакція «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» за №1602-VII [1].

Проект Закону вводить гармонізовані з законодавством ЄС зміни до положень закону стосовно трактування термінів та пояснень («безпечність харчового продукту» та «якість харчового продукту» практично вилучено з тексту, замість «якість» внесений термін «окремі показники якості харчового продукту»); захист здоров'я людей та інтересів споживачів; надає прозорі умови здійснення господарської діяльності й підвищення конкурентоспроможності харчових продуктів та зменшення ціни.

Наведений Закон України розповсюджується на: санітарні заходи та об'єкти санітарних заходів; на всі харчові товари, окрім вироблених для особистого цілей; на суб'єктів ринку та потужності; на систему контролю.

Закон скасовує державні санітарно-епідеміологічні та ветеринарно-санітарні аналізи, декларації виробника, ідентифікації потужностей, що виробляють харчові продукти не тваринного походження та внесені зміни до засад стосовно реєстрації та застосовування ароматизаторів, новітніх харчових продуктів і відповідність норм маркування.

Новаторство Закону полягає у особливому праві кваліфікованого органу на здійснення державного контролю безпечності харчових продуктів; визначенні обов'язків операторів ринку; наявність розділу «Загальні гігієнічні вимоги щодо

поводження з харчовими продуктами», котрий заміщує велику кількість вимог щодо виробництва харчових продуктів.

Доречно зауважити, що зміст деяких позицій є дочасним: термін «технічний регламент» (п.84 ст.1) вказує, що це нормативно-правовий акт, прийнятий «спільними або окремими рішеннями європейських законодавчих органів – Європейської Комісії, Європейської Ради, Європейського Парламенту»; поняття Закону стосовно застосування методів відбору зразків та їх перевірки для цілей державного аналізу та методик, які ухвалені світовими організаціями та законодавством ЄС(ч.6–7 ст. 11) або відповідність процедур здійснення державного контролю міжнародним стандартам, інструкціям та рекомендаціям відповідних міжнародних організацій(ч.1 ст. 14).

Відповідно до п. 81 ст. 1 вищеназваного Закону України система аналізу шкідливих факторів та контролю – система, яка ототожнює, оцінює та контролює небезпечні фактори, які є головними для безпечності харчових продуктів [2].

До небезпечних факторів відноситься хімічний, фізичний, біологічний чинник харчового продукту або стан, котрий спричинює шкідливий вплив на здоров'я людини (п. 43 ст. 1)

Передбачається, що система НАССР виконує: засвідчення фактору, що зумовлює шкідливий вплив на здоров'я людини; оцінення небезпечності такого фактору; аналіз шкідливих факторів.

Проаналізувавши зміни, з'ясовано: суб'єкти ринку зобов'язані додержуватися засад щодо гігієни харчових продуктів на етапах їх виробництва та обігу; досліджувати та вживати процедури, котрі засновані на нормах контролю шкідливих факторів; реалізовувати норми законодавства щодо безпечності.

При порушенні вимог виробництва і зберігання харчових продуктів завбачається штраф: на юридичних осіб у розмірі від 23 до 30 мінімальних заробітних плат; на фізичних осіб-підприємців – у розмірі від 8 до 15 мінімальних заробітних плат.

Недотримання засад законодавства щодо гігієнічних вимог до харчових товарів на стадіях життєвого циклу, у тому числі наявність суб'єктів, які зумовлюють виробництво й обіг небезпечних харчових продуктів встановлює штраф: для юридичних осіб – 5-8 мінімальних заробітних плат; для ФОП – у розмірі 2 - 5.

При невиконанні обов'язків щодо впровадження принципів, заснованих на положеннях НАССР, накладається штраф: юридичні особи – у розмірі від 30 до 75 мінімальних заробітних плат; ФОП – у розмірі від 3-15 мінімальних заробітних плат.

Здійснений аналіз дає змогу дійти до висновку, що зміни у Законі України №1602--VII формують відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями та споживачами харчових продуктів і затверджують порядок гарантування безпечності та якості харчових продуктів, відповідно до норм Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 22.07.2019 р. № 1602-VII. URL: https://bit.ly/2K4uyBG (дата звернення 12.12.2020).
2. Про встановлення загальних принципів і вимог законодавства про харчові продукти, створення Європейського органу з безпеки харчових продуктів і встановлення процедур у питаннях, пов'язаних із безпекою харчових продуктів: Регламент (ЄС) Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 178/2002 від 28.01.2002. URL: https://bit.ly/2Kt1i7u (дата звернення 12.12.2020).

ДО ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ РИЗИКІВ: ВПЛИВ СВІТОВОЇ КРИЗИ НА ТОВАРООБІГ В УКРАЇНІ

М. В. Триняк
доктор філософських наук, професор, викладач-методист, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
С. О. Руденко
кандидат філософських наук, викладач-методист спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ
Вуксон Вуко Мітрович
Президент Асоціації шеф-кухарів Чорногорії, автор освітнього проекту «Club Vuko Mitrovic»

Радикальні культурно-економічні зрушення, які відбуваються у сучасних суспільствах, прискорення глобалізаційних процесів відчутно даються взнаки у сучасних реаліях. Харчова індустрія також змушена реагувати на виклики глобалізації, адаптувати свої відповіді на них до тих умов, у яких реалізується її цивілізаційна місія і гуманістичне призначення.

До цього треба також додати надмір різного роду інновацій, інтенсифікацій, що виникають внаслідок застосування інформаційних технологій. Інформаційне суспільство внаслідок його принципової відмінності від усіх інших типів суспільства, що існували у людській історії, вимагає оновлення економічного мислення, подолання теоретичних і методологічних шаблонів та стереотипів, сформованих ще в домодерну добу. За Ясперсом, техніки мислення є його медіумом, через який воно входить у комунікативну площину. Серед них він виділяє схоластичну, експериментальну та діалектичну [1, с. 76–80]. Але людина у своєму житті застосовує свідомо чи несвідомо усі ці техніки у різних комбінаціях. У цьому зв’язку актуалізується проблема виявлення тих методологічних програм та ідей, що здатні подолати традиційні уявлення про зміст і організацію економічних практик, які б відповідали тим вимогам, що ставить перед економікою інформаційне суспільство. Обумовленість економічних відносин техніками мислення розкриває нові перспективи у теоретичних дослідженнях проблем економіки, яка коливається між абстрактним теоретизуванням і етнографічним емпіризмом.

Для розуміння перспектив розвитку людини і людства важливо урахувати не тільки сучасні і майбутні можливості духовного, соціального і культурного поступу, а й розглядати пов’язану з цим проблематику в історичних та загально цивілізаційних контекстах [2, с. 118]. Інтенсифікація інтереконономічних взаємин, взаємопроникнення економік для виявлення їхнього функціонального потенціалу і внутрішньої логіки потребують залучення до теоретичного аналізу цивілізаційного виміру економічних відносин як певного феномену. У таких ускладнених соціокультурних контекстах першорядного значення набуває розуміння ризиків економічної глобалізації із її прихованими сенсами. Конституювання світового суспільства, контури якого останніми роками стають все більш чіткими, змушують ставити питання і висувати

гіпотези, яким буде його економічний профіль. Усе це актуалізує необхідність аналізу потенційних ризиків глобальної економіки.

Українське суспільство, яке увійшло в XXI вік як суспільство дефіциту, схильне в ідеї Європи вбачати символ добробуту. Під знаком «повернення в Європу», «інтеграції в європейський простір» нерідко групуються та взаємопідсилюються метафізичні та екзистенціальні бажання. Романтична туга за Європою, ностальгічні спроби реанімації втрачених можливостей паралізують волю до радикального оновлення. На цей момент, зокрема, звертає увагу Е. Левінас, підкреслюючи, що «метафізичне бажання» не прагне до повернення, бо це туга за батьківщиною, де ми не народжувалися. Це туга за батьківщиною, яка є чужою для всієї нашої природи, яка ніколи не була нашою батьківщиною, і куди ми ніколи не потрапимо» [3, с. 55].

Особливого значення ця тема набуває у вітчизняному суспільстві, де самоствердження національної культури економіки відбувається на тлі розпаду попередньої її моделі та ще й у певних бікультурних та мультикультурних контекстах, що ускладнює реалізацію стратегії єдиного національно-патріотичного спрямування, яке має бути орієнтованим на захист вітчизняного виробника. Світова криза додатково ускладнює процеси товарообігу, вимагає реакції на нові виклики.

Однією з таких відповідей може бути реформа вітчизняного законодавства у даній галузі, його удосконалення, оскільки вітчизняний ринок товарів, з одного боку, має бути відкритим для продукції з Європи та конкурентоспроможнім та захищеним державою та відповідними законодавчими актами з іншого. У даній площині спостерігаються певні зрушення, але задля досягнення бажаного результату процес удосконалення харчового законодавства має тривати.

Список використаних джерел

1. Jaspers K. Psychologie der Weltanschauungen. München : Piper, 1994. 120 p.
2. Триняк М. В. Інтеркультурна комунікація в освіті: тенденції розгортання у сучасних соціокультурних контекстах : дис. …д-ра філос. наук : 09.00.10. Харків, 2011. 431 с.
3. Левинас Э. Тотальность и бесконечное: эссе о внешности. *Вопросы философии.* 1999. № 2. С. 54–67.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА: ЕМОЦІЇ

Тихонович В. М.

кандидат педагогічних наук, професор, викладач циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Грувер Аніл

Суддя WACS, Індійський сільськогосподарський науково-дослідний інститут, Нью-Дели, Індія

Сучасний рівень соціально-економічного розвитку українського суспільства вимагає перегляду і змін у принципах побудови маркетингових стратегій на ринку товарів. Такі зміни мають відбуватися шляхом активного впровадження в економічну

практику досягнень психологічної науки. Суттєве значення має вивчення дії психологічних чинників на поведінку споживача.

Важливими чинниками, що впливають на процес прийняття рішення споживачем про купівлю є: економічні (грошові доходи, особливості товарної пропозиції, рівень цін, ступінь забезпеченості окремими продуктами споживання, рівень торговельного обслуговування тощо); культурні (конкретне суспільство: субкультура, соціальний стан, культура споживання, мода, естетичні смаки); соціальні (розподільна політика, соціальна структура суспільства, референтні групи, соціальні ролі та статуси); особистісні (вік і етап життєвого циклу сім'ї, рід занять, образ життя, тип і уявлення про самого себе); психологічні (взаємовплив потреб, сприйняття ситуації тощо); демографічні (чисельність і склад населення, співвідношення між міськими і сільськими жителями); природно-кліматичні та національно-історичні географічні умови, традиції, звичаї, умови побуту [1, с. 38].

Переважна більшість науковців, які досліджують питання впливу на поведінку споживача на ринку товарів виділяють три основні групи факторів, до яких відносять:

- спонукальні маркетингові й некеровані фактори соціокультурного впливу;
- ситуативні, що залежать від споживача, але не є глибинними психологічними;
- внутрішні, що складаються з психологічних та особистісних характеристик споживача [2, с. 33].

Психологічні характеристики споживача впливають на сприймання ним стимулюючих засобів та реакції на них, а процес прийняття рішення безпосередньо обумовлює поведінку споживача [3]. До таких характеристик належать:

- мотивація як результат взаємовпливу потреб особистості (свідомих і несвідомих, чуттєвих і інтелектуальних, культурних і фізіологічних);
- сприйняття, яке визначає зміст дії залежно від того, як людина сприймає ситуацію;
- засвоєння яке виражає зміни, що відбуваються в поведінці під впливом досвіду;
- переконання людей складаються в образи товарів, якщо переконання неправильні і перешкоджають здійсненню купівлі, то виробнику і продавцю необхідно провести кампанію з їх виправлення;
- ставлення як сформована на основі наявних знань стійка сприятлива чи несприятлива оцінка людиною певного об'єкту чи ідеї.

Узагальнення результатів досліджень, спрямованих на вивчення поведінки споживача, дає підстави вважати, що значну роль у прийнятті рішення щодо купівлі товарів відграють емоції, які переживає людина в той час. Саме цим явищем керуються маркетологи та продавці споживчих товарів.

Емоції – суб'єктивний стан людини, що виникає у відповідь на вплив зовнішніх і внутрішніх факторів і проявляється у формі безпосередніх переживань. Емоції виконують у процесі життєдіяльності людини різні функції, серед яких: мотиваційно-регулююча (спонукають, спрямовують та регулюють поведінку; іноді замінюють собою мислення), комунікативна (несуть інформацію про психічний і фізичний стан людини), сигнальна (виконують функцію сигналів про те, в якому стані знаходиться система потреб людини) та захисна (захищають людину від небезпеки) [4].

Ступінь задоволення потреб людини свідчить про те, позитивний чи негативний характер мають емоції. Залежно від впливу на активність у діяльності емоції поділяються на стенічні (стимулюють діяльність, сприяють вияву енергійності) та астенічні (породжують пасивність, байдужість).

Прояв емоцій багато в чому залежить від індивідуальних властивостей особистості. Переживаючи одні й ті самі події в житті люди виявляють різні емоції, що залежать від темпераменту, рівня розвитку вольової сфери та ін.

Базових емоцій три: страх, гнів та радість. Інші – похідні. Відомий психолог К. Ізард виділив такі основні емоції людини: інтерес, радість, подив, страждання, гнів, відраза, презирство, страх, сором [5].

Зовні всі емоції виявляються в різних формах. Основні з них – чуттєвий тон (емоційне забарвлення предметів і явищ, що сприймаються), ситуативна емоція (короткочасна, швидко змінюється), афект, пристрасть, стрес, настрій і почуття.

Емоції впливають на переконання, змінюють поведінку людини. Вони істотно впливають на сприйняття. Якщо людина відчуває радість, вона виявляє довіру, позитивно оцінює навколишню ситуацію. У разі переживання негативних емоцій людина все сприймає критично, знаходиться у стані очікування негараздів, обману тощо. Емоційний стан впливає на пам'ять, мислення, уяву та інші пізнавальні процеси особистості. Людина, що відчуває страх, нездатна на дивергентне мислення, гнів викликає негативні думки, збудження заважає продуктивності виконання діяльності. Коли людина дійсно має бажання добитися певних результатів, вона виявляє цілеспрямованість, наполегливість.

Дослідники поведінки покупців товарів споживчого призначення О. В. Бойко та Новік Н. В. звертають увагу на те, що вплив на споживача, заснований на використанні його емоційного стану посилюється напередодні свят. Процес відбувається особливо інтенсивно в кінці листопада і протягом грудня, коли «споживчий ринок огортає покупця новорічним настроєм». Новорічний настрій – це завжди піднесення, очікування приємних несподіванок. У місцях безпосереднього контакту споживача з товарами створюється особлива атмосфера. Споживач підпадає під вплив вражень від сприйняття новорічних іграшок, пісень, ілюмінації, ароматів тощо. Ефект від побаченого і почутого спонукає поринути у приємні спогади, відчути казкову атмосферу і, відповідно, бажаючи на довше зберегти ці відчуття, споживач купує товари. Це лише один з багатьох варіантів впливу на прийняття рішення про покупку за допомогою емоційного складника [2, с. 33].

Отже, сучасні маркетологи застосовують такі маркетингові стратегії, які змушують потенційного споживача приймати рішення про покупку на рівні емоцій. Досліджуючи емоції, вони прагнуть створити такий товар, який найбільше б задовольняв потреби споживачів.

Список використаних джерел

1. Вознюк Т. К. Основні чинники впливу на поведінку споживачів. Фактори впливу на поведінку покупців товарів споживчого призначення. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг :* Міжнародна науково-практична конференція, 15–16 грудня 2017 р. : тези доповідей. Рівне: РДГУ, 2017. С. 37–39. URL: https://bit.ly/347BMfk (дата звернення 11.12.2020).
2. Бойко О. В., Новік Н. В., Фактори впливу на поведінку покупців товарів споживчого призначення. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг :* Міжнародна науково-практична конференція, 15–16 грудня 2017 р. : тези доповідей. Рівне: РДГУ, 2017. С. 33–34. URL: https://bit.ly/347BMfk (дата звернення 11.12.2020).
3. Страшинська Л. В. Поведінка споживачів : Конспект лекцій для студентів спец. 7.050108 «Маркетинг» усіх форм навчання. Київ : ЕКОМЕН, 2010. 101 с. URL: https://bit.ly/347BTrg (дата звернення 10.12.2020).

4. Болотна О. В. Емоційний маркетинг як технологія управління поведінкою споживачів. *Ефективна економіка.* 2013. № 8. URL: https://bit.ly/2KnlRSJ (дата звернення 13.12.2020).
5. Изард К. Эмоции человека : монографія. Москва : Директ-Медиа, 2008. 954 с. URL : https://bit.ly/2LvTbb0 (дата звернення 13.12.2020).

ОКРЕМІ ПИТАННЯ РЕФОРМУВАННЯ ХАРЧОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Л. А. Шевченко
кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри державно-правових дисциплін, міжнародного права та права Європейського Союзу Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

На сучасному етапі економічного розвитку України все актуальнішою стає проблема забезпечення постійного і ефективного зростання ринку споживчих товарів. Збільшення кількості промислових виробництв і торгових підприємств призводить до позитивних тенденцій підвищення їхньої комерційної діяльності, збільшення обсягу продажу різних груп товарів. Ринок продовольчих і непродовольчих товарів постійно розширюється за рахунок різних видів продукції, що вимагає постійного і ефективного державного контролю їх якості і безпеки.

Україна має потужний соціально-економічний потенціал, але рішення, що приймаються на різних рівнях усіх гілок влади, не дозволяють реалізувати цей потенціал і підняти економіку країни на адекватний рівень. Безумовно, нереалізовані можливості є і в торговій галузі. Україні необхідно:

1) відновити і зміцнити позиції вітчизняної торгівлі в системі СОТ.

2) реформувати систему внутрішньої торгівлі відповідно до європейських стандартів.

Шість років тому Україна підписала угоду про асоціацію з Європейським Союзом. Одне із зобов'язань за угодою – реформа, яка стосується безпеки харчових продуктів.

Щоб наблизитися до стандартів ЄС, в Україні була розроблена і ухвалена низка базових законів, які торкнулися не тільки бізнесу, а й простих покупців. Так, з 2018 року набрав чинності закон «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [1], який забороняє використовувати маркування «еко», «біо» і т. ін. в рекламних цілях і без належних сертифікатів. Ще один важливий крок – зміна маркування продуктів. Раніше на багатьох товарах склад, алергени і терміни придатності прописувалися так, що знайти їх на упаковці було майже неможливо. Маленькі шрифти, які зливалися з фоном і зовсім робили текст невидимим. Тому зараз прописали чіткі норми, які б врегулювали ці питання і захистили українців від покупки неякісної продукції.

Минулого року було внесено зміни до Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [2]. У червні цього року набрав чинності Закон України «Про внесення зміни до розділу X «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин»» [3].

В удосконаленні чинного законодавства у сфері безпечності та якості харчових продуктів і кормів, здоров'я та благополуччя тварин та його гармонізації із законодавством Європейського Союзу зроблено суттєві кроки, але особливі сподівання покладаються на прийняття Закону України «Про внесення змін до деяких законів

України щодо харчових продуктів та інших об’єктів санітарних заходів», який поки що існує як законопроєкт [4].

За умов прийняття законопроєкту покращиться становище:

1. Споживачів харчових продуктів, бо планується: введення гігієнічного рейтингу для потужностей, які здійснюють роздрібну торгівлю та закладів громадського харчування; встановлення додаткових вимог для обігу харчових продуктів на агропродовольчих ринках, виробництва та обігу новітніх харчових продуктів, харчових добавок, ензимів та ароматизаторів; визначення харчового шахрайства та посилення відповідальності операторів ринку за порушення законодавства в сфері безпечності харчових продуктів. Це дозволить зменшити ризики пов’язані з виробництвом та обігом харчових продуктів неналежної якості та таких, що можуть нести загрозу для життя та здоров’я споживачів.

2. Виробників крафтових харчових продуктів, бо: пропонується застосування спрощеного підходу при впровадженні постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (HACCP); очікується, що внесення зазначених змін до нормативно-правового поля України дозволить спростити умови ведення бізнесу для відповідних виробників харчових продуктів без підвищення ризиків для споживачів харчових продуктів.

3. Операторів ринку, що виявиться у: спрощенні умов отримання, заміни експлуатаційного дозволу, який видається територіальними органами компетентного органу на кожну окрему потужність до початку її експлуатації; перегляді вимог щодо державної реєстрації/експлуатаційного дозволу для операторів ринку, що здійснюють імпорт харчових продуктів на митну територію України; внесенні змін, що сприятимуть створенню зрозумілого, прозорого та простого механізму гарантування безпечності харчових продуктів та не створюватиме надмірного адміністративного тиску на суб’єкти господарювання.

Прийняттям законопроєкту передбачається врегулювати вимоги щодо забезпечення належної простежуваності харчових продуктів, організаційні засади виробництва й обігу харчових добавок та новітніх харчових продуктів, використання тверджень про зниження ризиків захворювань, державного контролю на кордоні тощо.

Список використаних джерел

1. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України від 10.07.2018 № 2496-VIII. *Відомості Верховної Ради.* 2018. № 36, ст. 275. URL: https://bit.ly/3aiTq3r (дата звернення 10.12.2020).

2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1998. № 19. ст. 98. URL: https://bit.ly/2WnLF46 (дата звернення 10.12.2020).

3. Про внесення зміни до розділу X «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров’я та благополуччя тварин : Закон України від 04.06.2020 № 678-IX. *Відомості Верховної Ради.* 2020. № 42. ст. 347.

4. Про внесення змін до деяких законів України щодо харчових продуктів та інших об’єктів санітарних заходів : законопроєкт. URL: https://bit.ly/2J2Su8g (дата звернення: 12.12.2020).

ЗМІСТ

Вітальне слово Голови оргкомітету конференції Л. О. Радченко **4**

Секція 1
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТОВАРІВ

Богоявленський О. В., Непран А. В., Шаповал В.
Маркетингові стратегії вибору назви вітчизняного товару у просуванні на міжнародні ринки. **5**

Болотова Т. М.
Вплив світової кризи на імпорт європейських товарів в Україну. **7**

Клочко В. М., Чуйко Н. В.
Вплив нових технологій на основні галузі економіки України. **9**

Кривошеєва Н. М., Гузенко Г. М., Щебликіна Т. А.
Інноваційний механізм реалізації маркетингової стратегії з просування екопродуктів на українському ринку **11**

Кулинич Т. В., Парушева А.
Стратегії стимулювання збуту продукції в сучасних умовах. **13**

Постольна Н. О., Голованова О. М.
Імпортозалежність внутрішнього товарного ринку як потенційна загроза економіці. **15**

Руденко І. В., Чайка В.
Позитивний корпоративний імідж як інструмент забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств на міжнародних ринках. **17**

Секція 2
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЗА ВИМОГАМИ ЄС

Афанасьєва Т. В., Онал Садуллах
Проблеми та перспективи впровадження системи НАССР в закладах ресторанного господарства. **20**

Аштаєва Н. Л., Аштаєв О. С., Локай Г. А.
Вплив якості харчових продуктів на рівень життя. **22**

Гапонцева О. В., Черевична Н. І.
Ліквідація Держпродспоживслужби України: причини та можливі наслідки. . . . **24**

Жуков Є. В.
Розробка постійно діючих процедур, заснованих на принципах НАССР, у харчоблоках закладів освіти. **26**

Зоря Р. Р., Якубян Саркіс, Балла Мімоза
Забезпечення безпечності і якості харчової продукції за вимогами ЄС. **28**

Нечепуренко К. Б., Горбенко Г. О., Карпова Т. П.
Характерні особливості розвитку м'ясної промисловості в Україні у сучасних умовах. **29**

Ніколаєнко-Ломакіна А. М., Золотухіна О. О., Панайотіс Хаджисему
Якість та безпека продуктів харчування – важлива складова здоров'я людини. . . **32**

Радченко А. Е., Дюкарева Г. І.
Сучасні підходи у контролюванні якості та безпечності харчових продуктів в Україні та у зарубіжних країнах. **34**

Радченко Л. О., Радченко А. Е.
Забезпечення якості та безпечності харчових продуктів на українському продовольчому ринку. **36**

Радченко Ю. М., Маренич В. М.
Маркетингові стратегії розвитку космічних технологій в Україні **38**

Радченко Я. Ю., Біленко Л. М., Дмитрук Б. П.
До питання про екологічну безпеку та якість харчових продуктів **41**

Соколовська О. О.
Товарознавство в сучасності. **43**

Трубчанін А. І.
Здорове харчування – нова парадигма збереження генофонду нації. **44**

Секція 3
ПРАВОВІ ГАРАНТІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ У ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

Skinder N., Torianik I.
Marketing strategy: socio-cultural aspect. **47**

Іващенко Т. В.
Економічна інтеграція та її наслідки як виклики світової кризи. **48**

Резенкіна Н. О., Тетеріна Т. А., Каращук А.
Внесення змін до Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» з метою гармонізації норм харчового законодавства з відповідними нормами Європейського Союзу. **50**

Триняк М. В., Руденко С. О., Вуксон Вуко Мітрович
До проблеми аналізу глобалізаційних ризиків: вплив Світової кризи на товарообіг в Україні. **52**

Тихонович В. М., Грувер Аніл
Психологічні чинники впливу на поведінку споживача: емоції. **54**

Шевченко Л. А.
Окремі питання реформування харчового законодавства України відповідно до вимог Європейського Союзу. **56**

ЗМІНИ ХАРЧОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА В УКРАЇНІ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ЄС

Збірник тез доповідей
Міжнародної науково-практичної
конференції

(15 грудня 2020 року, м. Харків)

За загальною редакцією Л. О. Радченко

Укладачі:
Л. О. Радченко
Л. М. Біленко
С. О. Руденко

Відповідальний за випуск:
Л. М. Біленко
В. М. Тихонович

Дизайн і комп'ютерна верстка:
Є. О. Морковін
О. О. Морковін

вул. Клочківська, 202, м. Харків, 61045, тел./факс +38 (057) 340-26-54
E-mail: kharkiv@htek.com.ua

Збірник розміщено на платформі OJS https://ojs.htek.com.ua та проіндексовано в наукометричній базі даних Google Scholar