

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

Кафедра товарознавства непродовольчих товарів

СУЧАСНЕ МАТЕРІАЛОЗНАВСТВО ТА ТОВАРОЗНАВСТВО: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ОСВІТА

МАТЕРІАЛИ II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(м. Полтава, 25–26 березня 2015 року)

Полтава
ПУЕТ
2015

УДК 620.22:658.62
ББК 65.422.5я431
С-21

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

О. О. Нестуля, голова програмного комітету, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

А. А. Мазаракі, д. е. н., професор, ректор Київського національного торговельно-економічного університету, дійсний член Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України;

С. М. Лебедєва, д. е. н., професор, ректор Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації;

Е. Б. Сидиков, д. і. н., професор, ректор Євразійського національного університету імені Л. М. Гумільова;

Л. А. Шавга, д. е. н., професор, ректор кооперативно-торгового університету Молдови;

В. И. Теплов, д. е. н., професор, ректор Белгородського університету кооперації, економіки і права.

Організаційний комітет:

О. В. Карпенко, голова організаційного комітету, к. е. н., професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Г. М. Кожушко, заступник голови організаційного комітету, д. т. н., професор, професор кафедри товарознавства непродовольчих товарів Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Т. В. Сахно, заступник голови організаційного комітету, д. х. н., професор, ст. науковий співробітник Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Н. Н. Бараишков, д. х. н., професор, директор з наукової роботи MICRO TRACERS Inc. Сан-Франциско (США);

А. В. Володарський, д. т. н., професор Нью-Йорк (США);

Г. І. Добешко, д. ф.-м. н., професор, керівник відділу біологічних систем Інституту Фізики НАНУ;

І. С. Грзібасва, д. х. н., професор, професор кафедри хімії Євразійського національного університету імені Л. М. Гумільова;

С. Я. Кучмій, д. х. н., професор, завідувач відділу фотохімії Інституту фізичної хімії імені Л. В. Писаржевського НАН України, член-кореспондент НАН України;

Н. В. Мерезько, д. т. н., професор, академік Української технологічної академії, завідувач кафедри товарознавства та експертизи непродовольчих товарів Київського національного торговельно-економічного університету;

Н. І. Остапенко, д. ф.-м. н., професор, відділ фотоактивності Інституту Фізики НАНУ;

Ю. Е. Сахно, Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Chimica, PhD;

В. Є. Сицько, д. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства непродовольчих товарів Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації;

В. М. Сорокін, д. т. н., професор, заступник директора з наукової роботи Інституту фізики напівпровідників імені В. Є. Лашкарьова НАН України,

С. А. Хатінов, д. ф.-м. н., завідувач лабораторії ФДУП «Науково-дослідний фізико-хімічний інститут імені Л. Я. Карпова»;

В. П. Шерстюк, д. х. н., професор, заступник директора з міжнародного співробітництва Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», заслужений винахідник України.

Сучасне матеріалознавство та товарознавство: теорія, практика, освіта : матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 25–26 бер. 2015 року). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 355 с.

ISBN 978-966-184-198-6

У матеріалах конференції розглянуто актуальні теоретичні та практичні питання, пов'язані з розвитком матеріалознавства й товарознавства в Україні та за її межами в контексті світових досягнень науки і техніки.

Розраховано на вчених, викладачів навчальних закладів, докторантів, аспірантів, магістрантів, а також фахівців, які займаються проблемами матеріалознавства та товарознавства.

УДК 620.22:658.62
ББК 65.422.5я431

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За вклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2015

ISBN 978-966-184-198-6

Список використаних джерел

1. Ринок непродовольчих товарів України: реалії та перспективи : монографія: в 3 т. / О. О. Шубін, О. М. Азарян та ін. ; за наук. ред. О. О. Шубіна. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 564 с. 2.

А. П. Кайнаш, к. т. н., доцент; М. В. Король
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі», м. Полтава*

РИНОК ІМІТОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ІЗ СУРІМІ В УКРАЇНІ

Сурімі – це фарш тонкого подрібнення з філе риб-сирцю, підданий багаторазовому інтенсивному промиванню та рафінуванню, у результаті чого він набуває світлого кольору, високої желеутворюючої здатності та еластичності, не має вираженого рибного запаху та смаку.

Актуальність теми полягає в тому, що на українському ринку продукція із сурімі існує майже 30 років, а в країнах Азії вона з'явилася більше 100 років тому. Український ринок крабових паличок (а точніше – імітованих морепродуктів із сурімі) виходить на новий етап розвитку: перехід споживача від низькопробного продукту до більш якісного, ігноруючи ціну. Значний попит на сурімі та отриманих з неї продуктів пов'язаний з їх високою біологічною та харчовою цінністю.

Тому виникає питання, чи може вітчизняна рибна промисловість забезпечити існуючий попит на продукцію із сурімі. Адже виробництво продукції із сурімі передбачає використання лише філе свіжовиловленої риби певних порід. Традиційно сурімі виготовляють із риб сімейства тріскових (минтай, хек, пугасу) і з деяких тропічних видів.

Мета роботи – аналіз сучасного ринку продукції імітованої із сурімі в Україні.

В останні роки в Чорному та Азовському морях стало менше промислових риб, і для відновлення популяції необхідно зупинити промисел на 3–4 роки. Сьогодні рибалками України в Азовському морі виловлюється дещо більше 12 тис. тонн риби, з яких 90 % складає малоцінна тюлька та хамса. З двадцяти шести видів риб, що добувалися колись у Чорному морі, на цей час

зберігають промислове значення лише шість, а вилов риби у внутрішніх водоймах знизився у 2–3 рази. Ця проблема стосується не тільки України, вона властива багатьом країнам.

Якщо не брати до уваги імпорт, риба та рибна продукція потрапляють у роздрібну торгівлю з трьох основних джерел: океанічні рибодобувні підприємства, Азово-Чорноморський басейн, прісноводні водойми. В той же час, як і раніше, 95–97 % сировини з морепродуктів, що переробляється в Україні, становить імпорт. Лише завдяки імпорту, дана продукція присутня на українському ринку. Риба та інші дари моря, що виловлюються рибалками України, в кращому випадку придатні для консервного виробництва. Тому що, вітчизняні рибалки заморожують вилов, не маючи можливості продати рибу в свіжому чи охолодженому стані.

Традиційно основними регіонами, що поставляють рибну продукцію є місто Севастополь АР Крим та Одеська область, де знаходяться провідні підприємства рибної промисловості України.

Питома вага підприємств цих регіонів у сукупному обсязі мороженої риби, яка виробляється в Україні, становить близько 90 %. Виробники консервованої рибної продукції, які працюють переважно на імпортній сировині, розташовані в Дніпропетровській, Житомирській, Харківській, Чернігівській, Черкаській, Київській областях (включаючи м. Київ), де сконцентровані найбільші потужності з переробки риби та холодильники.

В Україні найбільш відомим виробником продукції імітованої із сурімі є підприємство ВАТ «Акваліт» (м. Іллічівськ, Одеська обл.), що випускає продукцію на сучасному технологічному устаткуванні виробництва Японії та Німеччини під торговельною маркою «Водный мир». Частка продажу в Україні імітованої продукції із сурімі ТМ «Водный мир» становить 37 % (рис. 1).

Так, за даними діаграми ми бачимо, що за 2014 рік перше місце належить ТМ «VICI» (Литва), яка має частку продажу продукції із сурімі в Україні – 43 %. А на третьому місці – ТМ «Santa Bremor» (Білорусь) – 20 % продажу даної продукції.

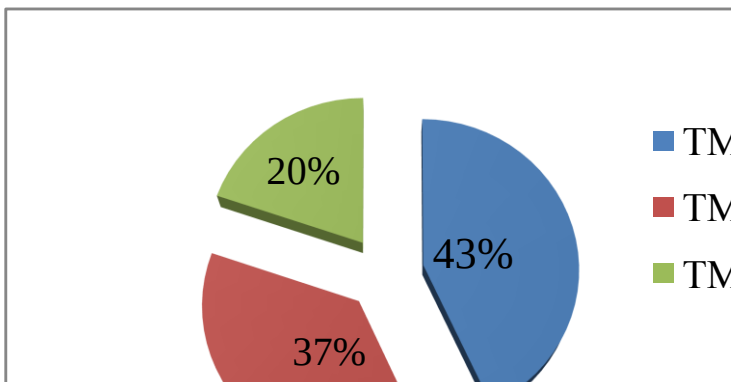


Рисунок 1 – Об'ємна частка основних торгових марок на ринку України, %

Необхідно відзначити, що продукція із сурімі надходить в Україну з Росії різних товаровиробників. Так, наприклад, продукція ТМ «VICI» (Естонія) також виробляється на території Калінінградської області (рис. 2).

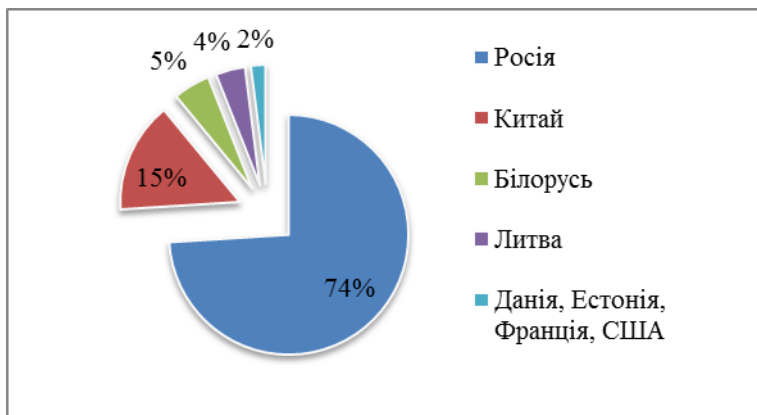


Рисунок 2 – Основні країни постачальники продукції імітованої із сурімі в Україну, %

Аналіз основних країн постачальників продукції із сурімі показав, що частка постачання з Росії складає 74 %. Інші 26 %

розділені між Китаєм (15 %), Білоруссю (5 %), Литвою (4 %), а також Данією, Естонією, Францією, Чехією та США.

Отже, багато видів риби, які імпортуються в Україну в наших водоймах не водяться, а для вилову її у світовому океані у вітчизняних компаній не вистачає суден. Лише завдяки імпорту риба та морепродукти присутні на українському ринку.

Враховуючи постійний попит споживачів на продукцію із сурімі, вітчизняні виробники та імпортери дедалі частіше звертають увагу на цей сегмент ринку та нарощують обсяги її виробництва, розширюють асортимент, демонструючи позитивну динаміку фінансових і абсолютних показників ринку.

Список використаних джерел

1. Вылов рыбы в Украине [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rbc.ua>. – Назва з екрана.
2. Прогноз теневого рыбного рынка Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fishindustry.net/ukraine>. – Назва з екрана.
3. Рыбная отрасль Украины: состояние и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrfishexpert.com>. – Назва з екрана.
4. Складчиков В. Крабові тренди / В. Складчиков // Світ продуктів. – 2007. – № 5. – С. 20–22.
5. Чернік В. Г. Ви маєте це знати: «Одкровення перед споживачем. Продукція із сурімі імітована» [Електронний ресурс] / В. Г. Чернік. – Режим доступа: <http://www.vodnyj-mir.ua>. – Назва з екрана.

М. І. Катрук, к. т. н.,

Українська академія друкарств, м. Львів;

Х. І. Ковальчук, к. т. н.,

Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ РЕСПОНДЕНТІВ ДЛЯ ВСТАНОВЛЕННЯ ЇХ ПОТРЕБ ДО ВЗУТТЯ

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств з виробництва взуття необхідно оцінювати ступінь відповідності товарів вимогам споживачів, виявляти основні властивості, які відповідають їх потребам. Особливо це стосується тих потреб, які частково або взагалі не відповідають вимогам споживачів. На основі отриманих даних необхідно вдосконалювати якість продукції, що виробляється [1].