

Отже, франчайзинг створює сприятливі умови для розвитку малого бізнесу в Україні. Це є сучасною та прогресивною організаційною формою ведення бізнесу, яка вважається досить ефективною визнана однією з найоптимальніших видів господарської кооперації на світовому рівні. Саме завдяки застосуванню франчайзингу в період економічної нестабільності в країні, суб'єкти малого підприємництва можуть забезпечити собі нормальне функціонування та існування на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Колесников В. Преимущества и недостатки франчайзинга / В. Колесников // Отдел маркетинга. – 2014. – № 10/11. – С. 16–20.
2. Мирончук Т. В. Переваги та недоліки франчайзингу для учасників франчайзингових відносин / Т. В. Мирончук // Науковий вісник Львівського юридичного інституту. Серія економічна: Збірник. – Львів: Львівський юридичний інститут МВС України, 2015. – Вип. 2. – С. 32–47.
3. Офіційний веб-сайт торгово-промислової палати США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uschamber.com>. – Назва з екрана.
4. Ткачук О. М. Бізнес-культура: [навч. посіб.] / О. М. Ткачук. – Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2013. – 204 с.
5. Франчайзинг в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/stattya/67/franchayzing-v-ukraini-do-2008-roku/>. – Назва з екрана.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ЙОГУРТУ

Ю. В. Міналюк, студентка групи ТЕМС-61м;

Н. В. Омельченко, завідувач кафедри експертизи та митної справи, к. т. н., професор – науковий керівник Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

Традиції споживання кисломолочних продуктів, а також «здорове харчування», що активно пропагується в даний час, забезпечують на ринку стійкий попит на такий продукт харчування, як йогурт. Йогурт – справжня знахідка ХХІ століття з позицій, як смаку, так і користі для здоров'я. Молочнокислі живі організми, що містяться в йогурті, регулюють і нормалізують роботу шлунково-кишкового тракту. Крім того, жоден кисломолочний продукт не має такої широкої рекламної

підтримки. Тому особливий інтерес представляє якість даного виду кисломолочної продукції [1].

Якість йогуртів в Україні нормується ДСТУ 4343: 2004 «Йогурт. Загальні технічні умови» [2]. Для визначення якості харчової продукції, особливо йогуртів, використовують органолептичний і лабораторний (вимірювальний) методи. За допомогою першого визначають консистенцію, запах, смак, колір і зовнішній вигляд, використовуючи такі органи чуття, як: зір, слух, нюх і дотик. У деяких випадках вводиться бальна оцінка для більш точного висновку про якість продукції. За допомогою вимірювального методу визначають хімічні, фізичні, фізіологічні і мікробіологічні показники якості харчових продуктів.

В лабораторії кафедри експертизи та митної справи була проведена оцінка якості йогурту за органолептичними показниками.

Об'єкт дослідження – йогурт 2,8 % жиру з фруктовим наповнювачем «Абрикос-персик» (виробник: ТОВ «Маслозавод «Заріг», Полтавська обл.). До складу досліджуваного йогурту за даними маркування входять: молоко коров'яче незбиране, молоко знежирене, фруктовий наповнювач «Абрикос-персик» (цукор білий кристалічний, абрикос, персик, пектин Е 440, концентрат морквяного соку, натуральні ароматизатори з абрикоса і персика, концентрат лимонного соку), чисті культури молочнокислих мікроорганізмів.

В результаті проведених досліджень були зроблені наступні висновки: зовнішній вигляд і консистенції досліджуваного зразка – однорідна і досить в'язка рідина з дрібними включеннями використаних фруктів, Смак і запах – чисті, кисломолочні, без сторонніх присмаків і запахів, смак помірно солодкий, а також з вираженим смаком і ароматом персика та абрикоса. Колір йогурту – кремово-жовтий, однорідний по всій масі, відповідає кольору використаних добавок.

Таким чином, за результатами проведених досліджень можна зробити висновки про те, що йогурт 2,8 % жиру з фруктовим наповнювачем «Абрикос-персик» повністю відповідає вимогам ДСТУ 4343: 2004 «Йогурт. Загальні технічні умови» [2] за органолептичними показниками. Це свідчить про те, що виробник ретельно ставиться до процесу підбору сировини і безпосередньому виробництву продукції, акцентуючи свою увагу на її якості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/868126/marketing/trebovaniya_kachestvu_yogurta. – Название с экрана.

2. Йогурт. Загальні технічні умови. ДСТУ 4343-2004 [Чинний від 01-10-2005]. – Київ : Держспоживстандарт України, 11 с. – (Національний стандарт України).

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ В М. ПОЛТАВА

А. П. Моцакова, спеціальність «Товарознавство в комерційній діяльності»;

І. В. Юрко, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва, к. е. н., доцент – науковий керівник Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

Під впливом загальноосвітніх тенденцій в Україні високими темпами розвивається підприємницька діяльність, пов'язана зі здачею в оренду торговельних площ. Найбільш розповсюдженою формою оренди торгової нерухомості став девелопмент, будь-яка підприємницька діяльність, пов'язана із створенням, реконструкцією або зміною існуючої будівлі або земельної ділянки, що призводить до збільшення їх вартості. Головними українськими форматами об'єктів торгової нерухомості для здачі в оренду стали стріт-рітейли (нежитлові приміщення для організації роздрібною торгівлі на першому поверсі житлових будівель) та торгові центри (група архітектурно об'єднаних роздрібних підприємств, керованих єдиною компанією, забезпечених місцем для паркування і розташованих на спеціально спланованій ділянці).

В девелопменті торговий центр представляє собою капітальну будівлю, побудовану власником з метою отримання комерційного прибутку шляхом здачі в оренду торгових площ компаніям-орендарям (зокрема, торговим мережам). Така концепція бізнесу припускає наявність великого «якірного» орендаря (наприклад, великого продовольчого супермаркету), «суб'якорних» орендарів (великих магазинів з продажу непродовольчих товарів), торгової галереї з наданням торгових місць приватним підприємцям, відкритого майданчика для невеликих підприємств ресторанного бізнесу, безкоштовної парковки для автомобілів відвідувачів торгового центру. Організацію діяльності торгового центру здійснює спеціалізована управляюча компанія, до головної функції якої належить підбір орендарів торговельних площ.

На сьогодні комерційні центри відіграють важливу роль в сфері роздрібною торгівлі м. Полтава. Вони концентрують суб'єкти сфери