

спеціалісти торгівля, які є постійними споживачами міцних алкогольних напоїв і коктейлів.

На першому етапі розроблення програми опитування було визначено перелік факторів, що впливають на ставлення споживачів до бару і його продукції та їх вагомість.

Було розроблено сім груп показників конкурентоспроможності барів, а саме:

1) *імідж бару* (зовнішнє оформлення закладу громадського харчування, чистота та порядок навколо закладу громадського харчування, зовнішні зручності (під'їзд, стоянка тощо), внутрішнє оформлення закладу громадського харчування, фірмовий стиль та кількість місць за барною стійкою);

2) *асортимент та якість продукції* (асортимент, якість алкогольних, безалкогольних та змішаних напоїв, наявність сезонних напоїв, якість приготування змішаних алкогольних напоїв та якість подачі);

3) *ціна та інші комерційні умови* (рівень цін, заходи стимулювання збуту);

4) *організація обслуговування* (комфортність вибору напоїв, розташування та угруповання асортименту, відкрите приготування напоїв, компетентність персоналу, зручність режиму роботи закладу громадського харчування, кліматична комфортність);

5) *інноваційність підприємства* (сучасні технології закладу громадського харчування, наявність холодильного обладнання та сучасної барної станції);

6) *якість обслуговування* (зовнішній вигляд персоналу, рівень сервісу, рівень культури, загальна атмосфера бару);

7) *рекламна діяльність* (активність публікації у ЗМІ та активність публікації в соціальних мержах).

На наступному етапі було проведено опитування респондентів щодо якості роботи досліджуваних барів за всіма визначеними показниками конкурентоспроможності. Оцінювання проводилось за п'яти бальною системою: 10-9 балів – відмінно, 8-7 – добре, 6-5 – задовільно, 4-3 – незадовільно і 2-1 – не використовують.

При розрахунках розраховувалася проста ($M_1 = \frac{\sum V}{n}$) та зважена середня арифметична

($M_2 = \frac{\sum K_{\text{важ.}} \cdot V}{n}$) індивідуальної думки кожного експерта за 7 показниками конкурентоспроможності.

Аналіз зважених середніх арифметичних всіх факторів конкурентоспроможності барних послуг підприємств громадського харчування показав, що найвищий показник отримала фірма «Biblioteka» (59,1 бала), на другому місці з незначним відривом бар «Riverside» (58,8 бала), далі йдуть бари «Credo Rest Bar» (56,1 бала), «Zebra bar» (52,9 бала) і «Orange bar» (49,2 бала).

Основними конкурентними перевагами бару «Credo Rest Bar» є широкий асортимент і якість міцних напоїв; комфортність вибору товарів (розташування та угруповання асортименту), відкрите приготування напоїв; конкурентоспроможна ціна; наявність сучасного обладнання бару; компетентність персоналу, висока якість обслуговування.

Список використаних джерел

1. Бутко М.П., Соломаха І.В. Становлення вітчизняного ринку флористичної продукції в умовах євроінтеграції: монографія. – Чернівці: ЧНТУ, 2017. – С.140-145

УДК 665.585.5

РОЗРОБКА ШКАЛ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕРГОНОМІЧНИХ ТА ЕСТЕТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ШАМПУНІВ

Заїка А. Ю., студ. гр. ТК-151

Ганєєва Т.В., асистент кафедри ПіТ

Чернігівський національний технологічний університет

Якісні показники товарів неможливо виразити в фізичних розмірних величинах. Характеристику запаху, упакування та інших показників наводять в описовому вигляді. Щоб перевести ці описові характеристики в кількісні, при експертній оцінці використовують безрозмірні шкали. Найпоширенішим видом кількісної оцінки якості показників товарів є балова оцінка. Вона дозволяє встановити рівень часткової (за окремими показниками) або загальної (за комплексом показників) якості оцінюваної продукції і виразити його числовою величиною. При використанні науково обґрунтованої бальної системи, при відповідній кваліфікації експертів і додержанні всіх вимог застосування цього методу дозволяє одержати досить об'єктивні, надійні і вірогідні результати.

Мета роботи – покращення системи оцінювання ергономічних та естетичних показників якості шампунів.

Сутність бальної оцінки полягає в тому, що кожному показнику конкретного товару присвоюється відповідна кількість балів. Поряд із загальною бальною оцінкою для кожного показника розробляється шкала знижок за недоліки, які можуть зустрічатися в даному продукті при оцінці його якості. У результаті кожен показник одержує певну кількість балів – різницю між максимальною бальною оцінкою і кількістю балів, яку необхідно зняти за встановлений у процесі оцінки недолік. На підставі цієї загальної суми балів встановлюється рівень якості зразка.

В Україні зараз використовуються різні балові оцінки: 5-, 10-, 20-, 25- і 100-балові. Основою будь-якої балової системи повинна бути проста залежність між якістю показника і відповідною їй оцінкою в балах.

Сучасним вимогам найповніше відповідає 5-балова шкала з урахуванням коефіцієнта значущості для окремих показників якості.

Процес розробки балової шкали складається з таких етапів:

- вибір номенклатури одиничних показників, які характеризують властивості товару;
- розробка схем-таблиць з словесною характеристикою кожного показника по всім якісним рівням шкали;
- встановлення коефіцієнтів значущості кожного показника якості;
- встановлення критеріїв для різних категорій якості продукції;
- попереднє обговорення розроблених елементів балової шкали;
- двох-, трьохкратна апробація розробленої шкали на декількох зразках продукції; цей етап включає оцінку в балах одиничних показників якості, потім розрахунок комплексних показників кожного зразка і на цій основі визначення його категорії якості. [1]

При купівлі шампуню споживач завжди звертає увагу на показники ергономічності, естетичності, інформативності та запаху товару. Запах шампуню можливо оцінити за п'ятибальною шкалою, в якій кожному твердженню відповідає якась кількість балів (табл. 1).

Таблиця 1

| Твердження | Бали | Характеристика |
|---------------|------|---|
| Дуже приємний | 5 | Приємний, яскраво виражений, притаманний даному виду, без стороннього запаху. |
| Приємний | 4 | Приємний, притаманний даному виду, без стороннього запаху. |
| Байдужий | 3 | Невиражений, відсутній або негармонійний |
| Неприємний | 2 | Неприємний, не притаманний зразку, присутні хімічні сторонні запахи |
| Відразливий | 1 | Неприємний, не притаманний зразку, присутні різні хімічні сторонні запахи |

Балова оцінка запаху шампунів полегшує порівняльну оцінку товарів під час випробувань. При розробці оцінювання ергономічності та естетичності за основу було взято шкалу сумарних оцінок Ренсіса Лайкерта.

Процедура побудови шкали:

- формується велика кількість суджень. Дані враження не мають нейтральних значень, але повинні мати яскраво виражений позитивний або негативне ставлення до об'єкта;
- кожне судження пред'являється експертам, які висловлюють своє ставлення до нього по 5-бальній шкалі (повністю згоден, згоден, нейтральний, не згоден, повністю не згоден);
- далі, для кожного експерта дослідник розраховує загальний бал (за кожне судження експерт отримує бал від 1 до 5, які потім складаються за всіма судженнями). [2]

При оцінюванні таких показників як естетичність та ергономічність слід розробити 5-ти бальну шкалу оцінювання в якій слід зазначити декілька варіантів відповідей.

Наприклад: відповідає – 5; частково відповідає -4; десь посередині – 3; майже не відповідає – 2; не відповідає - 1.

Для оцінки ергономічності та естетичності слід розглянути показники, які наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

| Група показників | Показник |
|---------------------------------------|---|
| Показники ергономічності та зручності | доступність використання |
| | зручність у використанні |
| | можливість повторного закривання |
| | можливість повторного використання |
| | розміщення інформації на упаковці |
| | прозорість упаковки як інформації про товар |
| | відповідність упаковки специфіці продукту |
| | зручність розфасовки |
| Естетичні показники | форма упаковки |
| | графічне чи фотографічне зображення на упаковці |
| | колір |
| | дизайн |
| | стиль |

Оцінка розраховується з використанням коефіцієнтів вагомості для кожної груп показників.

Розраховане значення співвідноситься з відповідною оціночною шкалою від 1 (незадовільно) до 5 (відмінно).

За результатами оцінки ергономічних та естетичних показників зразків з використанням запропонованих шкал є можливість проведення профільного аналізу та розрахунку конкурентоспроможності.

При розробці шкал для оцінки естетичних і ергономічних показників використовувалася 5-ти бальна оцінка, яку можна легко та ефективно використовувати при оцінці якості товару або при розрахунку його конкурентоспроможності. Такий метод може застосовуватися як експертами так і при анкетуванні споживачів.

Список використаних джерел

1. Малигіна В.Д., Титаренко П.Д. Основи сенсорного аналізу. Донецьк, 2004. 152 с.
2. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации. Часть 1. Техника и технология сбора и обработки информации. Москва, 2002. — 262 с.

УДК 336.748(477)

НОВИЙ РЕЖИМ ВАЛЮТНОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ

Заїка А.Ю., студ. гр. ТК-151

Науковий керівник: **Соломаха І.В.**, к.е.н, доцент

Чернігівський національний технологічний університет

7 лютого 2019 року в Україні вступив в силу новий Закон «Про валюту і валютні операції». Метою цього Закону є забезпечення єдиної державної політики у сфері валютних операцій та вільного здійснення валютних операцій на території України [1].

Метою дослідження є ознайомлення з причинами та змінами які відбулися в валютному регулюванні України на основі прийняття Закону України «Про валюту і валютні операції».

Головними причинами введення в дію Закону «Про валюту і валютні операції» є наступні:

- стара система заважала припливу капіталу в Україну;
- підписана Угода про асоціацію між Україною та ЄС (з 2021 року Україна повинна домовитися з ЄС щодо нових валютних правил);
- для реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС необхідна адаптація законодавства під Директиву Ради ЄС 88/361/ЄЕС про свободу руху капіталу.

Нове регулювання передбачає низку послаблень на валютному ринку, які полегшать ведення бізнесу та поліпшать інвестиційну привабливість України. Загалом із 7 лютого введені в дію більше 20 послаблень:

- вдвічі збільшується граничний строк здійснення розрахунків за експортно-імпортними контрактами – до 365 днів;
- скасовується валютний нагляд за експортно-імпортними операціями до 150 тис. грн.;
- дозволяється вільне використання рахунків юридичних осіб за кордоном (крім операцій з переказів коштів з України на такі рахунки);
- скасовуються індивідуальні ліцензії на валютні операції – їх замінить система е-лімітів (2 млн євро/рік для юридичних осіб, 50 тис. євро/рік для фізичних осіб);
- скасовуються санкції у вигляді припинення зовнішньоекономічної діяльності за порушення строків розрахунків;
- скасовується обмеження на дострокове погашення зовнішніх зобов'язань;
- дозволяється укладання валютних форвардів для хеджування експортно-імпортних та боргових операцій;
- дозволяється здійснення операцій за рахунками юридичних осіб-нерезидентів у банках України;
- скасовується процедура реєстрації зовнішніх запозичень;
- дозволяється online-купівля іноземної валюти фізичними особами (в межах ліміту купівлі готівкової валюти – до 150 тис. грн./день в еквіваленті);
- дозволяється банкам продавати своїм клієнтам державні цінні папери, номіновані в іноземній валюті, за іноземну валюту;
- дозволяється укладання банками валютних свопів з резидентами та нерезидентами;
- дозволяються безлімітні інвестиції банків в цінні папери інвестиційного класу;
- збільшується ліміт на перекази іноземної валюти за кордон без відкриття рахунку для фізичних осіб – з 15 до 150 тис. грн/рік;
- збільшується ліміт на купівлю банківських металів фізичними та юридичним особами з 3,21 тройської унції на тиждень (100 г) до еквіваленту 150 тис. грн/день (без обмежень для юридичних осіб, що ведуть діяльність, пов'язану з використанням банківських металів);
- дозволяється юридичним особам ввезення-вивезення банківських металів, якщо це передбачено їх статутом;
- дозволяється резидентам внесення платежів у іноземній валюті під час страхування життя;
- дозволяється здійснювати інвестиції та кредитувати резидентів з рахунку ЛОРО в гривнях банку-нерезидента;
- банкам-нерезидентам дозволяється купувати валюту на всю суму залишку в гривнях на рахунку ЛОРО;
- дозволяється купувати і накопичувати іноземну валюту на рахунку для виплат за зовнішніми запозиченнями;
- скасовується подвійний контроль за операціями з експорту продукції – валютний нагляд здійснюватиме лише той банк, який отримав інформацію про відповідну митну декларацію;
- дозволяється здійснення інвестицій в Україну не тільки у валютах першої, а й другої групи класифікатора валют;
- уніфіковано переміщення валютних цінностей через кордон [2].