МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

XIII Всеукраїнська науково-практична конференція
з міжнародною участю

Присвячена 140-річчю НУХТ

«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ»

Київ НУХТ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

XIII ВСЕУКРАЇНСЬКА

НАУКОВО-ПРАКТИЧНА

КОНФЕРЕНЦІЯ

З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ

Присвячена 140-річчю НУХТ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

21 травня 2024 р.

Київ НУХТ 2024

36. **Старостенко О., Силка І.М., Матиящук О.В.**
Розширення асортименту кавових напоїв шляхом зміни технології приготування…… 66
37. **Фокша Д., Корецька І.Л., Польовик В.В.**
Перспективи використання ферментованого часнику у технології приготування соусів на прикладі соусу барбекю……..... 67
38. **Юдіна Т.І., Серенко А.А.**
Визначення параметрів сквашування сколотин із гідролізованою лактозою…… 69
39. **Войтешенко С.М., Захаров В.В.**
Сучасні технології продукції ресторанного господарства з овочів та коренеплодів…… 71

Секція 2. «Інновації в організації дитячого, дієтичного та аюрведичного харчування» 72
1. **Tsyrulnikova V.V., Tyshchenko O.M., Diakova Y.V.**
Keto-bread for restaurant business establishments……..…. 73
2. **Tsyrulnikova V.V., Tyshchenko O.M., Lukashuk D.V.**
Plant-based milk alternatives for hospitality industry…… 74
3. **Алексанян А.С., Коваль О.А., Польовик В.В.**
Використання рослинної сировини у технології приготування страв з січеного м'яса…….... 75
4. **Білик О.А., Кочубей-Литвиненко О.В., Бондаренко Ю.В.**
Використання комплексного хлібопекарського поліпшувача «Свіжість КСБ» технології хлібців висівкових…… 77
5. **Борисова Е.О., Захаров В.В.**
Перспективи використання сочевиці у сучасному харчуванні людини……..... 78
6. **Булгакова Д., Романова З.М., Стукальська Н.М.**
Перспективи використання гречаного борошна……..... 80
7. **Грицина А.В., Ковтун А.В., Шаран Л.О.**
Впровадження рослинного харчування в умовах закладів ресторанного господарства……... 82
8. **Дітріх І.В.**
Водорості вакаме як складова рецептури борошняних страв підвищеної біологічної цінності……..…. 83
9. **Ковальов Д.Я., Нікітіна Т.А.**
Інновації з удосконалення асортименту дієтичних страв в ресторані готелю як інструмент підвищення конкурентоспроможності…….. 84
10. **Ковальчук В., Сильчук Т.А.**
Впровадження страв спеціального призначення в меню закладів ресторанного господарства……..... 85
11. **Кошів Т.Р., Маслійчук О.Б.**
Оптимальний раціон геродієтичного харчування…… 87
12. **Кравець Я.С., Маслійчук О.Б.**

УДК 339.137.27

1. НЕЗАКОННІ МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПОЛИЧНОГО ПРОСТОРУ ТА ДИСКРЕДИТАЦІЇ КОНКУРЕНТІВ

Бринзюк Л.В., здобувач,
Польовик В.В., к.т.н., ст. викладач,
Романова З.М., к.т.н., доц.,
Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. Сучасне підприємництво і торгівля неодмінно супроводжується конкурентними баталіями, де боротьба за увагу споживача і домінування на ринку стають визначальними. У цьому контексті мерчендайзинг та піар стають невід'ємними складовими стратегій компаній.

Актуальність теми. Поруч із законними методами піару та маркетингу, існують і не законні практики, які вживаються для дискредитації конкурентів та навіть здатні підривати довіру споживачів до брендів.

Результати. Проаналізовано основні не правомірні методи збільшення поличного простору та дискредитації конкурентів у сучасній торговельній практиці. До найбільш частих методів які використовують відносяться:

Таблиця 1 – **Напів законні методи дискредитації конкурентів**

Тимчасове розширення викладки:	Тимчасове розширення викладки власної продукції під приводом уявної перевірки керівництва.
Тактика мерчандайзингу	Розширення викладки своєї продукції за рахунок сусідніх товарів - зменшення продукції конкурента на один фейсинг і відповідно збільшення власної викладки на цей самий фейсинг під час кожного відвідування торгової точки.
Хитрість у викладці товару	Свідоме порушення принципу ФІФО у викладці товарів конкурента: у перший ряд викладки пересувається товар з більш тривалим періодом зберігання, а продукція зі строками зберігання, що закінчуються, переміщується у задні ряди; також у перші ряди переміщується продукція у пошкодженій упаковці;
Зміна розташувань	– зміна розташування цінників на товари конкурентів; – зміна розміщення POS-матеріалів, що стосуються товарів конкурентів. – розворот фейсингів: як свідоме порушення фейсингів товарів конкурента в місці продажу;

Висновок. Швидка реакція керівництва компаній, яку представляють мерчандайзери, є важливою для мінімізації можливих негативних наслідків та запобігання подальшому поширенню такого мерчандайзингу.