

УДК 658.893

Прусс В.Л

старший викладач

Національний університет «Запорізька політехніка»

м. Запоріжжя, Україна

ЯКІСТЬ ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКТІВ В ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Продовольчі товари забезпечують постійну фізіологічну потребу людини в харчових речовинах для нормальної життєдіяльності, тому вони мають харчову поживну цінність. Якість продовольчих товарів, як сукупність властивостей та їх харчова цінність взаємопов'язані. Зміни якості викликають зміни харчової цінності.

З початком повномасштабної війни сфера громадського харчування однією з перших зазнала вагомих фінансових та матеріальних збитків. Водночас саме вона стала основою продовольчої безпеки України та почала забезпечувати українців харчовими продуктами на рівні з державою.

З початком збройної агресії РФ проти України ресторани так чи інакше

допомагали з харчуванням та забезпеченням людей продуктами. Коли минув перший шок, заклади відразу почали готувати страви для військових, бійців тероборони та переселенців. Третина респондентів знайшли додаткове фінансування, придбали додаткове обладнання та залучили додатковий персонал, часто — волонтерів.

Окремі підприємства в тих важких умовах змогли наростити обсяги виробництва продукції, часто — невластивої для них, у 5–7 разів. Окремі підприємства забезпечували харчування до 50 тисяч осіб на день та в рази збільшили обсяг своїх послуг.

Такий стан справ певною мірою вплинув і на нові тенденції галузі: попит на домашню, просту, недорогу їжу, необхідність налагодження логістики її доставлення, задоволення потреб споживачів тут і зараз.

Якість продукції має вирішальне значення на конкурентному ринку продовольчих товарів. Вивчення факторів, що впливають на конкурентоспроможність, продовольчих товарів та їх безпеку, нормативних документів, що регламентують та засвідчують якість, є неодмінною для успішного функціонування спеціалістів - комерсантів у сфері торгівлі.

Втрати товарів в сфері товарообігу зумовлені їх властивостями, здатністю до зберігання і залежить від дотримання умов зберігання. Зменшити втрати товарів і збільшити прибутковість торгівлі можна тільки за умови набуття знань з властивостей товарів, природи, джерел їх втрат, здатності до короткотермінового або тривалого зберігання.

Значна увага приділяється питанням, що стосуються факторів забруднення нітратами, пестицидами, важкими металами, радіонуклідами, токсинами мікроорганізмів, зазначення гранично допустимі рівні вмісту в продуктах цих забруднювачів, рекомендації щодо їх споживання.

Вітчизняний ринок дедалі насичується продовольчими товарами іноземного виробництва. Основні правила приймання, зберігання і продажу продовольчих товарів, є методики визначення потреб деяких товарів торговельних підприємств для забезпечення населення, що ними обслуговується,

в сховищах, тари для перевезення і зберігання плодоовочевої продукції, визначення економічної ефективності її зберігання.

Необхідно вивчати, прогнозувати і формувати попит на продовольчі товари, проводити маркетингові дослідження в пошуках якісних, конкурентоспроможних товарів відповідного асортименту, здійснювати їх розподіл з урахуванням попиту, умов транспортування, зберігання і продажу підприємствам харчування. Без знань властивостей продовольчих товарів якісно забезпечити процес товаропросування, збуту товару і прибутковість від цієї діяльності неможливо.

Війна вплинула на сферу на різних рівнях, вона посилила ризики доступу українців до харчових продуктів і сільськогосподарських ресурсів, спричинила економічну та політичну нестабільність, зростання обсягу заборгованості, знизила рівень продовольчої безпеки тощо.

На жаль, великі підприємства стали мішенями для обстрілів, тож у майбутньому буде потрібна децентралізація стратегічних запасів. Окрім того, значну частину врожаю не вдалося зібрати чи вона взагалі була знищена через замінування, бойові дії тощо

Попри те, що ринок громадського харчування не був готовий до повномасштабної війни, він продемонстрував унікальний формат виживання. В усіх регіонах України люди завзято працювали від початку повномасштабної війни. Патріотизм досяг небаченого рівня, й нині ми бачимо зародження нової бізнес-еліти.