

товарних та фінансових ресурсів у контексті формування конкурентоспроможності продукції та послуг. Управління потоками товарних ресурсів має бути побудовано на основі ресурсного обґрунтування розширення асортименту, комплексного узгодження асортименту з життєвим циклом продукції та диверсифікації товарної пропозиції підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Березин И. Ловушка ассортимента /И.Березин //Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2005. – №1 (38). – С. 22–25.
2. Соловійов І.А. Асортиментна політика підприємств роздрібної торгівлі /І.А.Соловійов, А.В.Самчук, І.В.Цимбалюк //Маркетингові дослідження. – 2004. – № 2. – С.17–20.

Віталій Зиненко,

студент 2 курсу

Бердянського економіко-гуманітарного коледжу БДПУ

Наук. керівник: **Г.О.Сенченко,**

викладач (БЕГК БДПУ)

НЕЗВИЧАЙНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СМАК НАШОЇ ЇЖІ

Здавалося б, якісні продукти і дотримання технології приготування – головні складові смачної їжі. Однак вчені з'ясували, що наші гастрономічні відчуття залежать від цілого ряду чинників, безпосередньо не пов'язаних з кулінарією і які можуть вплинути на смак нашої їжі.

По-перше – це висота.

Мало хто з насолодою поглинає їжу, яку подають в літаках. Однак не поспішайте звинувачувати авіакомпанію – можливо, справа зовсім не в здібностях кухаря. Доведено, що наші смакові відчуття притупляються на великій висоті і в умовах зниженого тиску. Крім того, в літаках дуже сухе повітря – від цього знижується нюх, тому їжа здається нам досить прісної. Ось чому багато авіакомпаній додають в їжу багато спецій і інших підсилювачів смаку.

Якщо ви хочете з апетитом перекусити в польоті, вибирайте що-небудь кисле або гостре – сприйняття цих смаків майже не страждає. А ось щоб як слід насолодитися солоною або солодкою їжею, доведеться потерпіти до приземлення.

По-друге – це звуковий супровід.

Виявляється, далеко не останню роль в сприйнятті їжі грає слух. Серія експериментів вчених Массіміліано Зампіні і Чарльза Спенса показала, що їжа в галасливій обстановці сприймається менш солоною і менш солодкою, ніж насправді. А якщо трапезі супроводжують гучні звуки, їжа здається більш хрусткою.

Крім того, з'ясувалося, що високочастотні звуки, наприклад, флейта або верхні октави на роялі, підсилюють солодкий смак їжі, а низькочастотні, басові – гіркий.

З'ясувано, що велике значення мають і звуки самої їжі. При штучному підвищенні (через спеціальні навушники) гучності хрускоту яблука випробовувані одностайно заявляли, що яблуко здається їм більш свіжим і якісним, ніж ті, що вони їли в звичайній обстановці. Те ж саме відбувалося і з газованою водою, коли через навушники посилювалося шипіння бульбашок.

Третім чинником, що впливає на смак страв є подача страв.

Давно відомо, що колір посуду здатний підсилювати або пригнічувати апетит. Але мало хто знає, що за допомогою кольорової гами і форми тарілок можна управляти ще й смаковими відчуттями. Експериментами в цій галузі прославився всесвітньо відомий іспанський шеф-кухар Ферран Адрія. Так, він встановив, що один і той же десерт, поданий на білої та чорної посуді, сприймається по-різному – в першому випадку він здається солодшим і білий колір робить будь-яку їжу смачнішою і більш насиченою. Форма посуду також впливає на смакові відчуття. Доведено, що десерт на традиційних круглих тарілках солодше, ніж на «незграбних» – квадратних і прямокутних.

Крім того, психологи з'ясували, що сумбур і безлад на тарілці негативно позначаються на сприйнятті смаку м'яса, птиці та риби. А ось до овочів і фруктів, що хаотично лежать на тарілці, наші смакові рецептори більш прихильні. Ще цікавіше те, що використання ножа під час їжі підсилює солоність страв.

Запахи – четвертий чинник.

Як ми вже говорили, від нюху залежить 80% смакових відчуттів. Всі знають, якою несмачною стає їжа під час нежиті, коли ніс не відчуває ніяких ароматів.

П'ятий незвичайний фактор – антураж.

Дослідники компанії Marmite to Magnum провели експеримент, в ході якого виявили, що смак їжі стає більш солоним, якщо йому супроводжує запах іншої традиційно солоної їжі. Якщо ви хочете їсти менше солі без шкоди для смаку, спробуйте їсти недосолену їжу і одночасно вдихати аромат добре впізнаваного солоного продукту (наприклад, солоних огірочків).

Дослідники в області нейрогастрономії – науці про те, як наш мозок впливає на смакові рецептори – встановили, що людські органи чуття завжди пов'язують навколишнє оточення і смак їжі.

У ресторані грузинської кухні з автентичним кавказьким інтер'єром шашлик здається смачнішим і соковитим, ніж в сусідньому бістро, а страва з морепродуктів буде високо оцінена під звуки морського прибою.

Цікавим фактором є винахід науковцями п'ятого смаку – умами.

Смак є головним показником їжі, яку споживає людина. Він надає людині не тільки насиченість організму корисними речовинами, але й велике задоволення, визиває позитивні емоції, покращує настрій, відіграє велику соціальну роль, допомагає визначити якість їжі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Фізіологія харчування: Практикум: навч. посіб. / Н.М.Зубар, Ю.В.Руль. Київ. нац. економ. ун-т, К. 2017. – 257 с.

2. Здорове харчування як стратегічний ресурс національної безпеки України / М.Я.Бомба, А.Я.Івашкін // Вісник НАН України. – 2013. – №6. – С.27-32.

Данило Каленков,
студент 4 курсу
гуманітарно-економічного факультету
Наук. керівник: **С. А. Жваненко,**
ст. викладач (БДПУ)

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Актуальність дослідження. За останні кілька десятиліть людство досягло значного прогресу у підвищенні матеріального добробуту, але результатом цього прогресу стало вагоме погіршення стану природного середовища планети. Продовження економічного розвитку без кардинальної зміни нинішньої економічної моделі призведе до зростання екологічних загроз та зробить неможливим сталий розвиток. Ці фактори показують необхідність дослідження розвитку «зеленої» економіки.

Ступінь дослідження проблеми. Вагомий внесок щодо розвитку концепції «зеленої» економіки присвячено праці таких вчених, економістів та екологів як: Є. Барбієр, А. Маркандіа, Д. Піарс, Б.Ульрих та ін. А також організацій таких як: ЮНЕП, ЮНДЕСА, Коаліція зеленої економіки та ін.

Мета і методи дослідження. Визначення суті концепції «зеленої» економіки, систематизація її цілей та принципів, визначення та розробка заходів щодо реалізації концепції «зеленої» економіки в умовах сталого розвитку. Для вирішення поставленої мети використані методи обробки, аналізу та опису.

Сутність дослідження. «Зелена» економіка – багатоаспектне поняття, яке можна охарактеризувати як: сучасний напрям економічної науки, в якому економіка розглядається з точки зору її здатності задовольняти потреби сучасного людства і забезпечити потреби майбутніх поколінь; господарська діяльність, що здійснюється на принципах соціальної справедливості, результати якої спрямовані на підвищення добробуту людей з одночасним збереженням природного балансу; розробка і реалізація технологій, які сприяють зниженню рівня викидів забруднюючих речовин та парникових газів, моніторингу та прогнозування екологічних змін, а також технологій енерго- та ресурсозбереження та відновлюваної енергетики [1].

Основні принципи «зеленої» економіки:

1. Орієнтація на майбутнє.
2. Перехід з традиційних стандартів і моделей виробництва на новітні «зелені».
3. Соціальний розвиток.
4. Залучення широких кіл громадськості, бізнесу, міжнародних та неурядових організацій до спільних дій з формування «зеленої» економіки.
5. Ресурсна ефективність.