

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції
молодих учених та студентів
з міжнародною участю**



**«Проблеми формування
здорового способу життя у молоді»**

10-11 листопада 2015 року

м. Одеса

ББК 36.81 + 36.82
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф.
Заступники головного редактора, д-р техн. наук, проф.
канд. техн. наук, доц.

Б.В. Єгоров
Л.В. Капрельянц
О.М. Кананихіна

Редакційна колегія,
доктори техн. наук,
професори:

О.Г. Бурдо, Л.Г. Віннікова,
К.Г. Іоргачова, Г.В. Крусір, Л.М. Тележенко,
Н.А. Ткаченко, Н.К. Черно, Л.А. Осипова,

доктор філол. наук,
професор
доктор техн. наук, доцент
доктор техн. наук,
ст. наук. співроб.
канд. техн. наук, доценти

Г.І. Віват
О.Б. Ткаченко,
О.О. Коваленко,
О.В. Дишкантюк, С.М. Соц, Т.Є. Шарахматова,
Т.В. Шпирко, Г.О. Саркісян

Технічний редактор,
канд. техн. наук

Т.С. Лозовська

Одеська національна академія харчових технологій

Збірник матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів з міжнародною участю «Проблеми формування здорового способу життя у молоді» / Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2015. — 419 с.

Збірник опубліковано за рішенням Ради з гуманітарної освіти та виховання студентів ОНАХТ від 30.11.2015 р., протокол № 3

За достовірність інформації відповідає автор публікації

© Одеська національна академія харчових технологій, 2015

МОТИВ «ЗДОРОВ'Я» В ПОЗИЦІОНУВАННІ ІГРИСТИХ ВИН

Христич А.В., студентка V курсу факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Мотив – внутрішній психологічний стан, який рухає нашою особистістю. В його основі лежить мета, досягнення якої пов'язане із задоволенням потреб. Іншими словами всі мотиви базуються на наших потребах і слабкостях. Мотиви, що використовуються різними компаніями для позиціонування своєї продукції та повідомлень у маркетингових комунікацій зі споживачем можна класифікувати як: раціональні, емоційні, соціальні.

Мотив «здоров'я» відноситься до числа раціональних мотивів і заснований на прагненні людини піклуватися про своє здоров'я і здоров'я своїх близьких. «Здоров'я не купиш» – цей вислів вже не актуальний, з екранів телевізорів, динаміків радіо, на вулиці нам кричать – купиш! Купуй здоров'я у НАС! Цей мотив використовується в рекламі продовольчих продуктів, які позиціонуються, як екологічно чисті, без шкідливих консервантів, ГМО, з вмістом вітамінів і т. д.

Для аналізу мотиву «здоров'я» в диференціації товарних марок на українському ринку ігристих вин обрані 9 підприємств-виробників ігристих вин на території України. Це Артемівський завод шампанських вин, Київський завод шампанських вин, Харківський завод шампанських вин, Одесавинпром, що виробляє продукцію під торговою маркою «Французький бульвар», «Золота Балка», НВП «Нива», Севастопільський вин-завод, Одеський завод шампанських вин, SHABO.

Отже, проаналізувавши отримані дані можна сказати наступне: що стосується найбільш задіяних мотивів, то це мотив традиціоналізму, авторитет бренду, безпеки, мотив інновацій, радості, власної значимості клієнта, комфорту, любові.

Мотив «здоров'я» задіяний на дуже низькому рівні і то лише одним підприємством – Sevastopol Winery. Підприємство характеризує своє ігристе вино як виключно корисний для здоров'я продукт, з підвищеним вмістом йоду.

Тобто, українські виробники ігристих вин не позиціонують свою продукцію з точки зору здоров'я, віддаючи перевагу емоційним та соціальним мотивам. В деякій мірі це пояснюється тим, що ігристе вино все ж асоціюється в населення, як напій святковий, створений для особливих моментів.

Проте, як стверджують спеціалісти, шампанське пришвидшує процес травлення, сприяє виділенню соляної кислоти і соку підшлункової залози за рахунок чого і покращується цей процес.

Крім цього, напій знижує рівень холестерину – завдяки вмісту антиоксидантів цією особливістю наділені всі вина.

Ігристе вино можна не тільки пити. Зовні, стверджують спеціалісти, воно, навіть, корисніше, ніж зсередини. Щоправда, побалувати себе ванною з шампанським зможе далеко не кожний – задоволення не з дешевих.

Науковий керівник – ст. викладач Брайко М.Г.

МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА ГАЗИРОВАННЫХ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ Наумук А.В.....	271
РОЗРОБЛЕННЯ РЕЦЕПТУРИ БАЛЬЗАМУ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЙОГО ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ Никифорок І.В.....	272
ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ВИНОГРАДНИХ ВИН ТА СУЧАСНІ МЕТОДИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ Понтус І.М.....	273
ИСТОРИЯ ПЕРЕРАБОТКИ ВИНОГРАДА В СЕВЕРНОМ ПРИЧЕРНОМОРЬЕ АНТИЧНОЙ ЭПОХИ Ромец А.В.....	274
АНТИОКСИДАНТНА ДІЯ КОНЦЕНТРАТУ ПРИРОДНОГО ПОЛІФЕНОЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ З ЧЕРВОНОГО ВИНОГРАДНОГО ВИНА Сабадашка М.В.....	275
ІЄРАРХІЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТИХИХ ВИН Сафонова К.В., Григорян Л.А.....	276
ЦІЛЮЩІ ВЛАСТИВОСТІ ВИНА Сідолака А.Ю.....	277
МЕТОДЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ АУТЕНТИЧНОСТИ ВИН Соболева А.С.....	278
МОТИВ «ЗДОРОВ'Я» В ПОЗИЦІОНУВАННІ ІГРИСТИХ ВИН Христич А.В.....	280
РОЛЬ ДРІЖДЖІВ У ВИРОБНИЦТВІ РІЗНИХ ГРУП ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ Чуб С.А.....	281
К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТРОДУЦИРОВАННЫХ КЛОНОВ ВИНОГРАДА В ПРОИЗВОДСТВЕ КРАСНЫХ СТОЛОВЫХ ВИН Шмигельская Н.А.....	282
РОЗДІЛ 5 – ВОДА ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЇ ВОДИ	
ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ПИТНОЇ ВОДИ В УКРАЇНІ Бондаренко А.І.....	285
ШЛЯХИ ЗАБРУДНЕННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ Бортвицька В.Р.....	286

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції,
молодих учених та студентів з міжнародною участю
«Проблеми формування здорового
способу життя у молоді»
10-11 листопада 2015 р.

Головний редактор, д-р техн. наук, проф.

Заступники головного редактора, д-р техн. наук, проф.

канд. техн. наук, доц.

Б.В. Єгоров

Л.В. Капрельянц

О.М. Кананихіна

Технічний редактор, канд. техн. наук Т.С. Лозовська

Підписано до друку 30. 11. 2015 р. Формат 60×84/8. Папір офсетний.

Ум. друк. арк. 24,6 Тираж 50 прим. Замовлення 969