

**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

ІЄРАРХІЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТИХИХ ВИН

Сафонова К.В., Григорян Л.А., студентки IV курсу факультету ММІЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Згідно з концепцією Ф. Котлера товар розглядається як п'ятирівнева система, що створює ієрархію споживчої цінності, при цьому кожен наступний рівень підвищує споживчу цінність товару.

Перший рівень – це ключова цінність (задум товару): спосіб вирішення проблеми, або основна вигода, заради якої споживач купує товар. Другий рівень – це основний товар, тобто сукупність функціональних характеристик, які визначають вигоду від його придбання: набір властивостей, рівень якості за стандартами, марочна назва, специфічне оформлення (дизайн), специфічна упаковка. Третій рівень – очікуваний товар, тобто набір характерних ознак, котрі споживач очікує отримати, і умов, за яких він погоджується придбати товар. Четвертий рівень – поліпшений товар, що перевершує за ознаками реальні очікування споживачів. П'ятий рівень – потенційний товар, пов'язаний з тими поліпшеннями і трансформаціями, які можливо зазнає існуючий товар у майбутньому.

В докладі розглянуто вказані п'ять рівнів для товарної категорії «вино».

1-й рівень. Вино несе задоволення, поновлює відчуття радості життя. Вино – це спілкування; пиття вина потребує вміння вести бесіду. Сухе вино в помірних дозах – щоденний продукт харчування.

Вино приносить користь для здоров'я та благотворно впливає на красу. Складається з великої кількості корисних речовин (легкозасвоювані цукри, ефірні олії, органічні кислоти, складні ефіри, дубильні речовини).

2-й рівень. Базові характеристики: прозорість, колір, смак, букет і типовість вина, термін витримки, вміст спирту й цукру.

3-й рівень. Вино має традиційний для свого типу смак, букет та аромат; пляшка (з відносно нетовстими стінками, як правило зеленого кольору, прозорого або коричневого, з ввігнутим денцем, ємністю 0,7 або 0,75 л.) закупорена переважно корковою про-

бкою; етикетка містить визначену інформацію (ТМ, виробник, термін зберігання – для молодих вин, торговий знак виробника).

4-й рівень. Додаткові характеристики: визначення року збору врожаю (вінтаж, мілізім); авторський купаж; терруарні вина; локальні вина.

Вино, що вироблено з дотриманням певних законів, наприклад, вино контрольованого найменування за походженням (в Франції – АОС), кошерне вино.

Вино, що має певні властивості завдяки особливим умовам вирощування винограду та технології виробництва (біовино, органічне вино, екологічне вино).

Вино, смак якого гармоніє зі смаком визначених страв.

Оригінальна форма пляшки, що має додаткове функціональне значення. Пляшка, що вироблена з полегшеного скла.

5-й рівень. Вино матиме унікальний стиль: свій характер, темперамент, виражає особливості місцевості, де вироблено.

Матиме направлені лікувальні властивості завдяки максимальному вмісту корисних речовин з визначених сортів винограду за інноваційною технологією.

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 ВІНА Сабадашка М.В.....	275
ІЄРАРХІЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТИХИХ ВІН Сафонова К.В., Григорян Л.А.....	276
ЦІЛЮЩІ ВЛАСТИВОСТІ ВІНА Сідолака А.Ю.....	277
МЕТОДЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ АУТЕНТИЧНОСТИ ВИН Соболева А.С.....	278
МОТИВ «ЗДОРОВ'Я» В ПОЗИЦІОНУВАННІ ІГРИСТИХ ВІН 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