

Обстоятельно изучен ассортимент, качество и конкурентоспособность чулочно-носочных изделий и разработаны рекомендации по формированию оптимальной структуры конкурентоспособного ассортимента для Жлобинского Райпо.

Список использованных источников

1. Управление качеством : учеб.-метод. пособие / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск : Вышш.шк. 2008. – 192 с.
2. Методология товароведных экспертиз непродовольственных товаров : монография / В. Е. Сыцко [и др.]; под общ. ред. д-ра технических наук, профессора В. Е. Сыцко. – Гомель : УО «БТЭУ ПК», 2017. – 228 с.

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

***В. О. Шаповалов, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Теорія поведінки споживача або споживчого вибору – це один з класичних розділів економічної теорії. Як об'єкт дослідження поведінка споживача – це складна економічна категорія, яка, по суті, відображає сукупність економічних відносин, процесів і явищ на різних рівнях вивчення. Чим же визначається специфіка предмета економічної науки у сфері людської поведінки взагалі і поведінки споживачів – зокрема?

Досить плідною для розуміння суті економічної поведінки є концепція, згідно з якою економічна теорія як наукова дисципліна понад усе відрізняється від інших галузей суспільствознавства не предметом, а своїм підходом. Цей підхід не зводиться лише до того, що окремі індивіди мотивовані виключно власними корисливими інтересами і міркуваннями матеріальної вигоди. Економічна поведінка людей визначається набагато більшим набором цінностей і переваг. Окремі особи максимізують свій добробут, яким вони його собі уявляють, незалежно від того, чи є вони егоїстами або альтруїстами, лояльними людьми, недоброчливцями або мазохістами. Відзначимо, що в зв'язку з цим важко переоцінити роль інститутів як особливого чинника у формуванні у людей уявлень про критерії їхнього добробуту.

Раціонально діючий суб'єкт максимізує корисність в умовах певних ресурсних (бюджетних) обмежень. Наявна система інститутів є зовнішнім чинником, що відхиляє поведінку споживача від традиційної моделі «людини економічної». Інститути видозмінюють цю модель і на рівні цільової функції, і на рівні обмежень. Так, вони корегують цільову функцію, збагачуючи її новими установками, які диктуються традицією, культурою тощо. Під впливом інститутів відбувається і трансформація обмежень (це відбувається, скажімо, коли людина враховує правила і норми при прийнятті того чи іншого рішення). У будь-якому випадку вплив інститутів не скасовує принцип максимізації добробуту, просто критерії цього добробуту розширюються, в їх склад включаються нові елементи, які під впливом «зовнішніх» по відношенню до людини сил перетворюються на «внутрішні».

В системі чинників економічної поведінки споживача особливе місце займають інституційні, які можуть бути розмежовані на групи різного рівня. На макрорівні, це перш за все інститут держави і права та генеровані цими інститутами нормативно-законодавчі акти; крім того, це національні норми, правила, установки, традиції споживчої поведінки, «культивовані» суспільством в цілому в особі держави і різних інститутів громадянського суспільства, зокрема, за допомогою ЗМІ. На мікрорівні це перш за все інститут сім'ї, яка формує певні правила і норми споживчої поведінки домогосподарства. На нанорівні в значній мірі домінують неформальні правила економічної поведінки – споживчі установки і стереотипи, обумовлені не в останню чергу історичними та культурними факторами.

Необхідно відзначити, що поведінка споживача не лише визначається системою різнорівневих чинників, але і на кожному з рівнів воно отримує специфічні, адекватні даному рівню форми реалізації. На макро- і мезорівні основною формою реалізації споживчої поведінки виступає сукупний споживчий попит; на мікрорівні – попит домогосподарства, його споживчі витрати; на нанорівні – це індивідуальні споживчі рішення з приводу покупок, пов'язані з певними настроями, оцінками, психологічними реакціями тощо.

Відзначимо на закінчення, що економічна поведінка споживача має специфіку не тільки за формами реалізації і факторинговим компаніям формування, що належать різним рівням, а

й за своїм характером і закономірностям, що виявляється в умовах різних економічних систем.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СИРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ ФЕРМЕНТІВ МІКРОБНОГО ПОХОДЖЕННЯ

Н. О. Офіленко, к. с.-г. н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи;

О. О. Горячова, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи;

В. О. Назаренко, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Підвищення технічного рівня та якості продукції визначає темпи науково-технічного прогресу та ріст ефективності виробництва в цілому, суттєво впливає на інтенсифікацію економіки, конкурентоспроможність вітчизняних товарів та життєвий рівень населення країни.

Молочні продукти є найважливішим джерелом всіх необхідних для людини харчових нутрієнтів, особливо білків. Білки ферментованих молочних продуктів перебувають у денатурованому стані, що істотно покращує їх якість і полегшує засвоєння їх організмом людини.

Сири є традиційними і найуживанішими продуктами харчування, які користуються високим попитом населення багатьох країн світу. Серед всіх ферментованих молочних продуктів вони відрізняються найбільшим різноманіттям: формою і розміром головки, текстурою, складом мікробіоти, смако-ароматичною гамою, особливостями технології виготовлення тощо.

На відміну від традиційних, ферментовані сири є результатом досліджень ферментації молока, біологічних та технологічних властивостей мікробіоти, яка виступає основним чинником у формуванні якості сирів.

Основною стадією виробництва сирів є ферментативне згортання молока з утворенням згустку. Традиційно для згортання молока в сироварінні використовують протеолітичний фермент зі шлунка телят – хімозин або ренін за допомогою, якого розщеплення білків триває 1–2 тижні. Після цього діють протеази молочнокислої мікробіоти бактеріальних заквасок.