

Таким образом, оптимизировав объемы производства, компания "Торчин" сможет не только увеличить свои доходы, но укрепить позицию на рынке холодных соусов, имея большие перспективы в развитии и конкуренции.

Научн. рук. Малярец Л. М.

Литература: 1. Research & Branding Group [Electronic resource]. – Access mode : <http://rb.com.ua/rus/marketing/tendency/8660/>. 2. Sostav.ua. – Режим доступа : <http://www.sostav.ua/>. 3. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни "Економіко-математичне моделювання" : навч.-практ. посібн. / Л. М. Малярець, П. М. Куліков, І. Л. Лебедева та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 136 с. 4. Торчин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nestle.ua/brands/culinary/torchin>.

УДК 519.235;57.087.1

Колеснік В. Ю.

Студент 2 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОЇ СИСТЕМИ ЛЮДИНИ ЯК ЗАДАЧА МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ

Анотація. Розглянуто репрезентативну систему та досліджено динаміку її формування. Виявлено поняття репрезентативної системи. Проведено тестування для виявлення у відсотках наявності переважаючої системи.

Аннотация. Рассмотрена репрезентативная система и исследована динамика ее формирования. Выведено понятие репрезентативной системы. Проведено тестирование для выявления в процентах наличия преобладающей системы.

Annotation. A representative system was considered and the dynamics of its formation was studied. The concept of a representative system was disclosed. Testing was performed to identify the percentage of the predominant system.

Ключові слова: репрезентативна система, динаміка, статистика.

У процесі мислення людина спирається на свій досвід, тобто використовує свої органи почуттів внутрішнім способом. Коли людина думає про те, що бачила, чула і відчувала, вона відтворює ці картини, звуки та відчуття всередині себе. Отже, знов переживає інформацію тією ж самою сенсорною формою, якою спочатку її сприймала [4]. Ці сенсорні форми мають назву репрезентативні системи. Репрезентативна система – це важливий спосіб отримання інформації із зовнішнього світу. Дослідженням цих систем займалися такі вчені, як Джон Гриндер, Ричард Бендлер, Рубінштейн та ін.

Репрезентативна система – це система сприйняття і кодування інформації, яку люди використовують для репрезентації власного досвіду [2]. Репрезентативні системи можуть проявлятися через мову людини, її сприйняття, невербальну комунікацію. Будь-який досвід, який було отримано та який є присутнім у нашій свідомості, можна відтворити за допомогою комунікації, яка служить для прояву та подання власного досвіду людини. Отже, репрезентативні системи – це так звані індивідуальні моделі сприйняття і прийняття того, що передають наші органи чуття.

Як відомо, звичайна здорова людина має п'ять основних способів, за допомогою яких вона пізнає навколишній світ: зір, слух, відчуття, смак, запах. Найбільш важливими є зір, слух та відчуття. Учені відокремлюють ці способи як візуальні, аудіальні й кінестетичні канали для отримання інформації. Існує і четвертий канал отримання інформації – логічний, або дискретний, тобто, формули, графік і подібні досягнення людського розуму [3; 4].

Залежно від провідних сенсорних стимулів, людей поділяють на чотири основні типи [2; 3]:

- 1) ті, для яких провідною є аудіальна система, ці люди в процесі мислення спираються на слухові образи;
- 2) ті, для яких провідною є візуальна система, тобто люди з опорою на зорове сприйняття;



3) ті, для яких провідною є кінестетична система – з опорою на відчуття.

4) ті, для яких провідною є дискретна система. Ці люди в процесі мислення спираються на логічне осмислення сигналів інших систем.

Аудіальна репрезентативна система рідко використовується людиною як первинна. Найбільш поширеною є візуальна система. Люди з дискретними системами – це ті, що живуть у світі мовних знаків. Найчастіше людина, для якої провідною є дискретна система, є або трансформованим аудіалом, або заблокованим кінстетиком [4, с. 10].

Отже, саме через репрезентативні системи люди сприймають те, що їх оточує. У кожної людини наявні всі репрезентативні системи, але одна з них є переважаючою. Метою даної роботи є порівняння учнівської молоді різних вікових категорій за типом провідних сенсорних стимулів.

Дослідження проводилось для двох вікових категорій: школярі старших класів та студенти. Для того щоб вибіркова сукупність була репрезентативною, тобто правильно відображала основні ознаки генеральної сукупності, застосовувався серійний метод відбору елементів у вибірку. В якості генеральної сукупності, що застосовувалась для формування вибіркової сукупності "Школярі", було вибрано багатопрофільний лицей м. Северодонецька Луганської області. Оскільки лицей поділявся на класи, то з методом відбору для дослідження було вибрано окремий клас. В експерименті брали участь 30 учнів 10 класу, серед яких 23 юнаки і 7 дівчат, середній вік учнів складав 16 років. В якості генеральної сукупності, що застосовувалась для формування вибіркової сукупності "Студенти", було вибрано Харківський національний економічний університет. Згідно з методом відбору для дослідження було вибрано окрему студентську групу. В експерименті приймали участь 20 студентів 2 курсу: 10 юнаків і 10 дівчат, середній вік яких складав 19 років.

Для виявлення провідної репрезентативної системи застосовувалась методика Пуцелика [5], згідно з якою здійснюється тестування опитуваних. Тест було побудовано таким чином, що до кожного з наведених у ньому тверджень необхідно було поставити відповідно певний ранг значущості цього твердження для респондента. При цьому на перше місце треба ставити те, що є найбільш справедливим для опитуваного, відповідно, на останньому місці опиниться твердження, яке найменш відповідне. Слід навести фрагмент такого тесту. Наприклад, у тесті запропоновано таке твердження: "Скоріше за все я казатиму...". І як можлива відповідь розглядаються варіанти:

- важливі рішення – це справа почуттів;
- важливі рішення залежать від мого настрою;
- важливі рішення залежать від моєї точки зору;
- важливі рішення – це справа логіки та розуму.

Тест містив 12 питань. Залежно від того, яку саме відповідь обирала людина, здійснювалась класифікація за типом провідної репрезентативної системи.

За результатами статистичного дослідження було виявлено, що серед вибіркової сукупності "Школярі" візуали складають 64 % від загальної кількості досліджуваних, кінстетіки та дискретіки – по 13 % та аудіали – 10 % (рис. 1). Отже, серед старших школярів переважно більшість складають люди з опорою на зорове сприйняття дійсності.

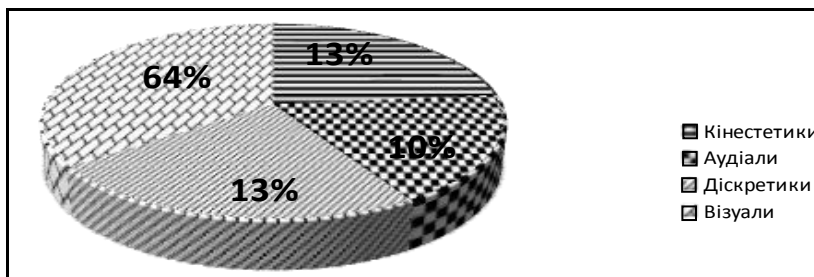


Рис. 1. Ведуча репрезентативна система

Серед студентів університету дискретіки складають 53 %, кінстетіки – 27 %, візуали – 13 %, аудіали – 7 % (рис. 2). Отже, у більшості своїй студенти належать до типу людей, що в процесі мислення спираються на логічне осмислення сигналів інших систем. Також більше чверті серед них становлять люди з опорою на відчуття, а кількість людей з опорою на зорове сприйняття скорочується.

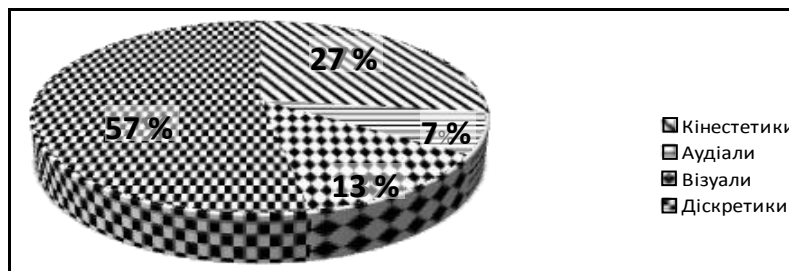


Рис. 2. Ведуча репрезентативна система



Для того щоб дослідити динаміку формування репрезентативних систем, необхідно відповідати на питання: чи є різниця між вибірковими середніми для кожного типу людей статистично значущою. Застосування статистичного критерію Стьюдента для порівняння вибірових середніх [6] свідчить, що статистичну гіпотезу (основну гіпотезу) про рівність вибірових середніх для кожної групи людей з певним типом сенсорних стимулів слід відкинути як хибну. Відповідно, вибірові сукупності "Школярі" та "Студенти" слід вважати такими, що належать різним за типом провідних репрезентативних систем генеральним сукупностям.

Отже, порівнявши результати дослідження, можна виявити динаміку зміни провідної репрезентативної системи відповідно до віку молодшої людини. Візуальна система зменшилась на 51 %, аудіальна – на 3 %, кінестетична система збільшилась на 14 %. Отже, дискретна система стала більш переважаючою у студентів, бо вони сконцентровані на сприйнятті світу з більш логічним осмисленням. Аудіальна система зменшилась незначно, а кінестетична збільшилась на 14 %, що свідчить про те, що студенти сприймають різну інформацію більш чутливо.

Наук. керівн. Лебедєва І. Л.

Література: 1. Репрезентивна система. Дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://centersep.ru/spravochnik-psikhologii/218-reprezentativnaya-sistema.html>. 2. Учет индивидуальных особенностей в общении [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=9697>. 3. Репрезентативная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. 4. Репрезентативные системы и общение людей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ua.referats.net.ua/view/18255>. 5. Репрезентация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&ved=0CFMQFjAG&url=http%3A%2F%2Fpedsovet.su%2Fload%2F0-0-907-20&ei=2oe7UvK-FsKG4ASesIDQBQ&usq=AFQjCNH-JggSFfluz4AwPj-9CFbC8kF-1A>. 6. Оптимізація достовірності значень критерієм Стьюдента [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/10611207/psihologiya/ot-sinyuvannya_dostovirnosti_znachen_kriteriyem_styudenta.

УДК 330.44:641.83

Краснюк И. В.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеця

РАСЧЕТ ЕЖЕДНЕВНОГО ОПТИМАЛЬНОГО ОБЪЕМА ВЫПУСКА ГОТОВЫХ САЛАТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ "КЛАСС"

Аннотация. Проведен анализ деятельности отдела супермаркета по выпуску готовых салатов. Создана оптимизационная модель максимизации прибыли при имеющихся ресурсах.

Анотація. Проведено аналіз діяльності відділу супермаркету з випуску готових салатів. Створено оптимізаційну модель максимізації прибутку при наявних ресурсах.

Annotation. The article analyzed the activity of a supermarket producing salads. An optimization model was created to maximize profits with the resources available.

Ключевые слова: максимизация прибыли, оптимальный план выпуска.

В современном быстроменяющемся мире люди все чаще и чаще отдают предпочтение готовой продукции, экономя тем самым время на приготовления еды у плиты. В последние годы в крупных городах Украины наблюдается стремительный рост спроса на данную продукцию. Следовательно, готовая продукция вносит весомый вклад в экономику страны. Поэтому исследование рынка данной продукции и поиск способов повышения эффективности деятельности предприятий, изготавливающих готовую продукцию, в современных условиях является достаточно актуальным.

Согласно оценкам специалистов, темп прироста в 2012 г. рынка готовой продукции составил 25 % [1]. Кроме того, данный рынок характеризуется высокой рентабельностью и быстрой оборачиваемостью. В Европе готовые салаты начали продавать лет 15 – 20 назад. В Украине