

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
82 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ УНІВЕРСИТЕТУ

Одеса 2022

Наукове видання

Збірник тез доповідей 82 наукової конференції викладачів університету
26 – 29 квітня 2022 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеського національного технологічного університету,
протокол № 13 від 24.05.2022 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова

Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови

Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор
Бурдо О.Г., д-р техн. наук, професор
Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор
Гапонюк О.І д-р техн. наук, професор
Жигунов Д.О., д-р техн. наук, професор
Іоргачова К.Г д-р техн. наук, професор
Капрельянц Л.В., д-р техн. наук, професор
Коваленко О.О., д-р техн. наук, професор
Косой Б.В., д-р техн. наук, професор
Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор
Мардар М.Р., д-р техн. наук, професор
Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор
Павлов О.І., д-р екон. наук, професор
Плотніков В.М., д-р техн. наук, професор
Станкевич Г.М., д-р техн. наук, професор
Савенко І.І., д-р екон. наук, професор
Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор
Ткаченко Н.А., д-р техн. наук, професор
Ткаченко О.Б., д-р техн. наук, професор
Хобін В.А., д.т.н., професор
Хмельнюк М.Г., д-р техн. наук, професор
Черно Н.К д-р техн. наук, професор

ЕСТЕТИЧНИЙ ВПЛИВ УПАКУВАННЯ НА СПОЖИВАЧА

Гарбажій К.С., к.с-г.н., доцент

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Нещодавнє дослідження, проведене вченими в Нідерландах, порушило питання про те, як дизайн упаковки впливає на сприйняття споживачами смаку та цінних очікувань.

Дослідження показало, що певні типи споживачів, які чутливі до дизайну, схильні до впливу форм деяких харчових продуктів, таких як йогурт. У деяких випадках кривизна форми та насиченість кольору відіграють важливу роль в оцінці продукту та цінних очікуваннях, але це залежить від людини та її особистого сприйняття форми та кольору.

Попередні дослідження також показали, що покупці приймають рішення про придбання частково на основі зовнішнього вигляду товару. У деяких випадках символічна або естетична якість упаковки може також впливати на рішення про покупку. Кожен споживач має унікальне сприйняття, тому що деякі з них звертають особливу увагу на дизайн, а інші не пов'язують його із загальною якістю.

Існує чудове правило, відоме американським та європейським виробникам вже кілька десятків років: «Гарний дизайн – добрий бізнес». Але більшість підприємців не можуть відповісти на запитання – а як саме дизайн впливає на продаж?

Насамперед хочу відзначити дуже важливий момент: на продаж впливає дуже багато факторів. Це і безпосередньо якість продукту, і його позиціонування, і його ціна, і представленість продукту в точках продажу, і мерчендайзинг, і реклама, конкурентна ситуація на ринку, можна переліковувати і переліковувати. І, безперечно, дизайн. Але в жодному разі не можна розраховувати тільки на один фактор як запоруку успішних продажів – все це ефективно продаватиметься тільки в комплексі.

Тим не менш, багато керівників компаній, або керівників відділів маркетингу схильні: по-перше, розраховувати на дизайн як на якусь панацею, чудодійний засіб у порятунку плану продажу, а по-друге, звинувачувати лише дизайн у поганих продажах, не зважаючи на багато інших факторів.

Вдалий дизайн упаковки підвищує привабливість продукту, що звичайно відбивається на продажах. Але не слід забувати: дизайн упаковки – один із основних ідентифікаторів бренду. Дизайн упаковки, як і бренд – це обіцянка споживачу. А продукт або відповідає цій, або ні. І у разі задоволення очікувань ми отримуємо задоволеного споживача.

Оскільки словом дизайн можна охопити досить багато різних значень, давайте домовимося, що конкретно ми маємо на увазі, в аспекті «дизайн упаковки»: це результат проектної діяльності, що виражається в конкретній формі, візуальному оформленні та технічному вирішенні, що визначає естетичні та функціональні властивості упаковки певної продукції. Простіше кажучи, дизайн упаковки – це те, як упаковка виглядає і які функції вона виконує.

Які ж функції може виконувати упаковка? По-перше – захисна. Зміна виду упаковки може суттєво вплинути на термін зберігання або кращий захист продукту, що також впливає на продаж. Завдання спеціалістів при виборі виду упаковки: задовольнити очікування Покупця в рамках певного цінового діапазону та доступних технологій. По-друге – ергономічна. Іншими словами, що забезпечує зручність використання. Хороший дизайн повинен бути розрахований на непідготовленого споживача і повинен бути зрозумілим, простим та інтуїтивним у використанні, без докладної інструкції. Потім інформаційно-комунікативна. Будь-яка упаковка повинна повідомляти Споживачу певну обов'язкову інформацію про продукт – відповідно до вимог і стандартів. Але може містити також необов'язковий, наприклад, опис переваг продукту, легенду бренду. Також слід звернути увагу на «статусну» складову: дизайн упаковки, крім іншого, повідомляє Покупцю інформацію про те, що продукт відповідає його статусу – рівню доходів, соціальному становищу, належності до певної соціальної групи тощо. Далі звертаємо увагу на естетичну

функцію. Естетичність упаковки визначається досконалістю форми, гармонійністю, красою графіки та композиційного рішення - попросту кажучи, упаковка повинна «радувати очі». П'ята функція – рекламна. Упаковка продукту може бути найкращою його рекламою, розміщеною не тільки у місцях продажу, але також у місцях його зберігання та споживання. Причому ця реклама не потребує додаткових витрат. Остання, шоста функція екологічна. Останнім часом ця функція набуває все більшого значення. В ідеалі упаковка не повинна забруднювати довкілля, а матеріали, з яких вона виготовлена, повинні бути придатними для переробки та повторного використання. У найближчому майбутньому ця вимога може стати головною.

Більшість з цих функцій споживач може оцінити миттєво і усвідомлено, деякі – тільки через час, але вони впливають на вибір, що в кінцевому випадку відбивається на продажах. Кожен з факторів робить свій внесок, але загальний вплив дизайну більше, ніж звичайна сума впливів кожного окремого фактора – завдяки синергетичному ефекту. Отже немає меж досконалості.

Література

1. Сучасна маркетингова концепція упаковки товарів / Studentam.poleznoe [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.studentam.poleznoe.com.ua/?p=24519>
2. Організація торгівлі – Апопій В.В. / Українські підручники онлайн [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/14760602/marketing/rol_tari_upakovki_organizatsiyi_torgovo-tehnologichnih_protseviv_osnovni_vimogi_vidi_yakist_tari
3. Функции упаковки / Экономика-правовая библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vuzlib.net/beta3/html/1/6574/6695/>
4. Наша відповідь iPad: інновації в області пакування / Obgortka це більше ніж упаковка [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.obgortka.ru/2011/11/ipad.html>

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГІГІЄНІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ

**Мартиросян І.А., к.т.н., старший викладач,
Луцькова В.А., к.т.н. старший викладач
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Безпечність текстильних матеріалів є реальною проблемою, що гостро постає у всьому світі. Основними аспектами збереження здоров'я дітей під час виготовлення виробів із текстилю є контроль за природою сировини, особливостями виробництва, застосування хімічних відбілювачів та барвників, загальним забрудненням екосистеми. Тому найважливішими у системі номенклатури показників його якості є гігієнічні та фізико-гігієнічні властивості, що безпосередньо визначають безпечність білизни та мікроклімат простору між одягом і тілом дитини, сприяють забезпеченню нормального функціонування організму дитини, підтримують добре самопочуття.

Вимоги гігієни формують основне призначення дитячого білизняного одягу. Нормативне закріплення гігієнічних вимог до дитячого одягу міститься у ДСТУ 4239 – 2003 «Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. Основні гігієнічні вимоги» та СанПіН 42 – 125 – 4390 – 87 «Вложение химических волокон в материалы для детской одежды и обуви в соответствии с их гигиеническими показателями», також відображується стандартами міжнародної Асоціації досліджень і випробувань в галузі екології текстилю (ОЕКО-ТЕХ).

Найвищі вимоги висуваються до одягу для новонароджених: без внутрішніх швів, мінімум синтетики, ґудзиків і ґудзиків, тканини тільки натуральні. Для пошиття дитячого

СЕКЦІЯ «ХАРЧОВА ХІМІЯ ТА ЕКСПЕРТИЗА»

КРИТЕРІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ РОСЛИННИХ ОЛІЙ Антіпіна О.О., Озоліна С.О.....	119
АНАЛІЗ ЯКОСТІ ЛИМОННО-ІМБИРНОГО ДЖЕМУ ТА ЙОГО СКЛАДНИКІВ Вікуль С.І.....	121
МЕЛАНІН СОНЯШНИКУ І ЙОГО КОМПЛЕКС З ХІТОЗАНОМ ЯК ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРЧОВІ ІНГРЕДІЄНТИ Гураль Л. С., Черно Н. К., Найдюнов О.Ю.....	122
ВИВЧЕННЯ УМОВ ВИКОРИСТАННЯ ТРЕГАЛОЗИ ДЛЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ МЕДУ КВІТКОВОГО Малинка О.В., Деречіна А.В., Степанова Г.О.....	124
ОТРИМАННЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА БІЛКА З АМАРАНТОВОЇ МАКУХИ Науменко К.І., Черно Н.К., Капустян А.І.....	126

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЯ М'ЯСА РИБИ І МОРЕПРОДУКТІВ»

ПОСІЧЕНІ НАПІВФАБРИКАТИ ІЗ БІЛКОМ СОНЯШНИКУ Агунова Л.В., Криворотенко О.С., Фомін І.П.....	127
BLU-RAY STERILIZATION TECHNOLOGY IS A MODERN WAY TO EXTEND THE SHELF LIFE OF SOUS VIDE FOOD FOR THE CATERING INDUSTRY Zhenkun Cui, Tatiana Manoli, Tatiana Nikitchina.....	130
ANATOMICAL AND HISTOLOGICAL DIFFERENCES BETWEEN MEAT AND GREASY BREEDS OF PIGS Ratyukov S.D., Fugol A.G., Palamarchuk A.S., Kushnirenko N.M.....	132
ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕЦЕПТУРАХ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ Азарова Н.Г., Шлапак Г.В.....	134
РОЗРОБКА ЦІЛЬНОМ'ЯЗОВИХ ПРОДУКТІВ БЕЗ НІТРИТУ НАТРІУ Віннікова Л.Г., Мохоцько К.В.....	136
ВПЛИВ ГЛЮКОЗИ НА МІКРОБІОЛОГІЧНИЙ СТАН М'ЯСА ЯЛОВИЧИНИ Віннікова Л.Г., Синиця О.В., Савчак Є.М.....	137
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ДОЗРІВАЧІВ У ВИРОБНИЦТВІ СУШЕНО-В'ЯЛЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ Паламарчук А.С., Патюков С.Д., Глушков О.А.....	139
СПОСІБ ОТРИМАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО М'ЯСА КУРЯТИНИ Поварова Н.М.....	142

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЯ ВИНА ТА СЕНСОРНОГО АНАЛІЗУ»

HONEY WINES AS A MODERN RANGE OF THE WINE INDUSTRY Miroshnichenko O.M., Manoli T.A.....	144
КЛАСИФІКАЦІЯ КОНСИСТЕНЦІЙНИХ ОЗНАК ПИВА Мельник І.В.....	145
ВИКОРИСТАННЯ ЕКСТРАКТІВ ФРУКТОВО-ЯГІДНИХ ВИЧАВКІВ У ТЕХНОЛОГІЇ СИРОПІВ Сугаченко Т.С., Кананихіна О.М., Ткаченко Л.О.....	147
СЛАБОАЛКОГОЛЬНІ ВИНА – НОВИЙ ПРОДУКТ НА РИНКУ УКРАЇНИ Каменева Н.В., Ткаченко О.Б., Тараненко О.О., Тіглова О.О.....	149
ДОСЛІДЖЕННЯ РІЗНИХ РЕЖИМІВ ВИРОБНИЦТВА БУРШТИНОВИХ ВИН Ходаков О.Л., Сугаченко Т.С., Ткаченко Л.О.....	151

СЕКЦІЯ «ТОВАРОЗНАВСТВО ТА МИТНА СПРАВА»

CONSUMER PROPERTIES OF SALTED FISH PRODUCTS FOR FISH RESTAURANTS USING THE DESCRIPTION- PROFILE METHOD Manoli T.A., Nikitchina T.I., Miroshnichenko O.M., Zinchenko V.I.....	152
ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ВИДІВ ПОЛИМЕРНОЇ ТАРИ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТРИВАЛОГО ЗБЕРІГАННЯ Верхівкер Я.Г., Мирошніченко О.М.....	154
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ОСВІТНІХ ПРОДУКТІВ НАВЧАЛЬНОГО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ Коннікова О.К.....	155
ЕСТЕТИЧНИЙ ВПЛИВ УПАКУВАННЯ НА СПОЖИВАЧА Гарбажій К.С.....	157