

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**80 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2020

Наукове видання

Збірник тез доповідей 80 наукової конференції викладачів академії
7 – 8 травня 2020 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
Одеської національної академії харчових технологій,
протокол № 15 від 05.05.2020 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: Амбарцумянц Р.В., д-р техн. наук, професор
Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор
Бурдо О.Г., д.т.н., професор
Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор
Гапонюк О.І., д.т.н., професор
Жигунов Д.О., д.т.н., доцент
Іоргачова К.Г., д.т.н., професор
Капрельянц Л.В., д.т.н., професор
Коваленко О.О., д.т.н., ст.н.с.
Косой Б.В., д.т.н., професор
Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор
Мардар М.Р., д.т.н., професор
Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор
Павлов О.І., д.е.н., професор
Плотніков В.М., д-р техн. наук, доцент
Станкевич Г.М., д.т.н., професор,
Савенко І.І., д.е.н., професор,
Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор
Ткаченко Н.А., д.т.н., професор,
Ткаченко О.Б., д.т.н., професор
Хобін В.А., д.т.н., професор,
Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор
Черно Н.К., д.т.н., професор

References

1. TOURISM AND COVID-19 – Режим доступу: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>
2. The travel and tourism industry is one of the largest eco How To Help – Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/wendyaltschuler/2020/03/17/how-to-help-the-travel-and-tourism-industry-during-the-coronavirus-crisis/#5f46f85f7235>

ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ТУРИЗМУ

Жигайло О.М. к.т.н. доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Наука про туризм почала формуватися у кінці минулого століття та за цей час в різних країнах встигла отримати такі назви: туристика, туризмологія, туризмознавство. Але, при такої різноманітності в назвах, всі вчені залишаються єдині в одному і визнають її комплексність з міждисциплінарністю, яка проявляється завдяки консолідації наступних наукових дисциплін: географія, історія, економіка, філософія, соціологія, інформатика, психологія, медицина, культурологія та ін. Їх взаємозв'язок і внутрішній розвиток зумовлюють стійке формування окремої системної науки про туризм. Науки, у якій є власний об'єкт дослідження – індустрія (сфера) туризму. А також предмет дослідження – явища, процеси, результати, зв'язку, відносини або їх сукупності, які виникають в різних предметних областях туристської діяльності з суб'єктом дослідження – туристом.

До XIX століття одним з основних джерел отримання відомостей про ті чи інші країни (їх природу, населення, історію, господарство), загальний характер і контури поверхні Землі були подорожі. Результати подорожей здатні були чинити вирішальний вплив на певні процеси в розвитку цивілізації. Також відомо, що з XVIII століття люди почали подорожувати просто заради задоволення. Саме з цього моменту, як вважають дослідники, з'явилося поняття «туризм», що закріплює реалізацію поїздки без чітко поставлених цілей. Отже існує феномен подорожі, його вивчає наука про туризм і якщо підводити якийсь проміжний підсумок, то можна сказати, що мандрівник еволюціонував, і, врешті-решт, став переслідувати дві основні цілі:

- 1) отримання цікавої, важливої, корисної інформації;
- 2) отримання задоволення, релаксації, відпочинку, оздоровлення.

Перша мета є одним з істотних трендів розвитку нинішнього суспільства, так як воно перебуває в історичному типі під назвою *інформаційне*. Його відмінними рисами вважають збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства, а також створення глобального інформаційного простору за рахунок розширення сфери послуг і виробництва інформаційних, інтелектуальних продуктів (програм, додатків та ін.). Це означає, що туризм, як явище, сприяє розвитку суспільства і заслуговує обґрунтованих наукових підходів.

Для цього важливо проводити аналіз різних варіантів класифікації видів туризму. Їх поділяють на *офіційні* (закріплені в правових актах) і *неофіційні* (наукові або освітні) [1]. Очевидно те, що на одному рівні диференціацію видів туризму провести досить складно. Тому класифікацію представляють на основі використання різних критеріїв (базових принципів), які зумовлюють виділення відповідних груп: 1) територіальний принцип; 2) спрямованість туристичних потоків; 3) організаційний принцип; 4) фінансово-економічний принцип; 5) вид використовуваних туристських ресурсів; 6) тип туристської дестинації; 7) спосіб пересування; 8) протяжність маршруту; 9) тривалість поїздки; 10) суб'єктний принцип; 11) мотиваційно-цільовий принцип.

Якщо розглядати організаційний принцип, то слід визначити *індивідуальний туризм*, який передбачає різні побажання туриста з приводу місця, готелю,

транспорту, харчування. Тенденція розвитку індивідуального туризму пов'язана з тим, що туристи стають все більш освіченими, знаючими, зі своїм різноманітним туристичним досвідом. Тому вони прагнуть до отримання нового унікального досвіду подорожі з особливостями, які доставляють таке задоволення, що властиве тільки їх розумінню. Індивідуальні тури – це тури, складені безпосередньо за побажаннями клієнта, це маршрути, які сплановані в зручні терміни і тільки по тих місцях, відвідати які йому цікаво.

Українські туристичні агенції пропонують таке різноманіття індивідуальних турів: автомобільний, бізнес-тур (MICE), велосипедний, водний, гастрономічний, гірськолижний, лижний, гірський, гостьовий, дитячий, кінний, космічний, круїзний, рекреаційний, медичний, музейний, етнічний, освітній, пішохідний, пляжний, пригодницький, релігійний, весільний, сільський, подієвий, спелеотуризм, спортивний, студентський, секс-туризм, шопінг-тури, фото-туризм, екзотичний, екотуризм, екскурсійний.

Якщо розглядати мотиваційно-цільовий принцип, то найбільш узагальненим можна вважати **спеціалізований туризм**. Це є вид туристичної діяльності, яка покликана реалізувати специфічні запити людей під час поїздки, відвідування цікавих об'єктів, участі у тематичних заходах та досягти від цього їх задоволення. У міжнародній практиці розрізняють дві групи видів спеціалізованого туризму: група 1 – для розвитку туристичної дестинації; група 2 – для забезпечення сталого розвитку туризму.

Спеціалізований туризм передбачає виділення окремих сегментів ринку туристичного продукту за ознакою – головна мета подорожі. Серед широких (основних) сегментів можна виділити такі [2]: 1) пізнавальний (мета – задоволення цікавості); 2) рекреаційний (мета – відновлення сил, оздоровлення); 3) діловий (мета – встановлення ділових контактів та обмін інформацією); 4) розважальний (мета – отримання певного виду задоволення, іноді на межі з відповідним видом мандрів); 5) пригодницький (мета – отримання фізичного навантаження, адреналіну, унікальних, недоступних для більшості людей, вражень); 6) природний (мета – відпочинок від урбанізації).

Наведена класифікація обмежує представленість інших видів туризму (гібридних), які вже є або можуть з'явитися у майбутньому. Причиною їх появи стає поєднання визнаних видів туризму в різних комбінаціях. Наприклад, в тур виїжджає група змішаного суб'єктного типу. Учасники групи мають базову програму, в якій ще спочатку, на організаційному рівні, закладаються індивідуальні варіанти. Індивідуальність передбачає відхилення від основного маршруту, використання різних туристичних ресурсів і дестинацій, будь-які можливості в способах пересування, широкий вибір в списку мотиваційно-цільових переваг.

Так гібридність може бути реалізована у виді **альтернативний туризм**. Він є протилежністю до **масового туризму** та знайомить мандрівників з нестандартними пам'ятками, унікальними людьми і практиками. Концепція альтернативного туризму передбачає комплексне розкриття суті конкретного місця, подачу ідеї для подорожі і самостійного вивчення туристами. Альтернативний туризм має на увазі альтернативні мотивації мандрівників, альтернативні дестинації, альтернативну поведінку, альтернативний менеджмент, альтернативних постачальників туристичних послуг, альтернативну нову філософію розвитку туризму. Це максимально можливе зближення з природним та культурним середовищем країн, естетика спостереження, невтручання, шанобливого ставлення до місцевого населення і вивчення їх традицій, звичаїв, ментальних особливостей. Відпочинок стає більш цивілізованим і змістовним.

У зв'язку з розвитком інформаційних технологій **альтернативний туризм** набуває поширення. Тому першим напрямком його розвитку стають процеси, де в якості організатора подорожей виступає не туроператор, а сам турист, мандрівник, який використовує рекламні матеріали виконавців окремих туристських послуг і замовляє ці послуги самостійно, за допомогою інформаційних мереж (веб-додатків).

Але цей напрямок має і деякі недоліки: на підготовку такої подорожі мандрівник витрачає дуже багато часу, він може мати неповноцінну та недостовірну інформацію, під час подорожі присутні різноманітні ризики, які можуть призвести до розчарування.

Отже другим напрямком розвитку альтернативного туризму, як філософії та окремого виду, може стати його розповсюдження серед туристичних агентств, якщо вони будуть займатися розробкою унікальних продуктів. Саме такі продукти можуть представляти цінність для споживачів, підвищувати конкурентоспроможність туристичних підприємств і сприяти розвитку туристичної галузі взагалі.

Література

1. Основы туризма. / учебник коллектив авторов под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
2. Андреева Г.П., Коваль П.Ф. Теоретичні засади спеціалізованого туризму / Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 7, – С. 90 –94.

ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

**Крупіца І.В., к.е.н., доцент, Байрачна О.К.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Функціонування вітчизняних туристичних підприємств в умовах ринкової економіки зумовлює необхідність адаптованого управління, планування товарного асортименту, який відповідає потребам населення та водночас сприяє прибутковості. Підґрунтям нарощування інноваційного потенціалу туристичних підприємств України є вирішення спектру завдань, визначених державною програмою розвитку та реформування підприємництва.

Загальні напрями у формуванні асортименту товарів торговельними організаціями і підприємствами визначаються їх асортиментною політикою.

Метою асортиментної політики є отримання прибутку та забезпечення високої ефективності роботи підприємств. Таким чином, основу розвитку промислових і торговельних підприємств, в тому числі і туристичних, складає асортиментна політика.

Об'єктом дослідження є процес формування асортиментної політики туристичних підприємств, наприклад мультиплексів, які відносяться до сфери послуг.

Удосконалення асортименту товарної категорії мультиплексів може здійснюватися за такими напрямками: скорочення, розширення, стабілізація, оновлення. Дані види напрямків пов'язані між собою і часто доповнюють один одного.

В сучасних умовах скорочення асортименту здійснюється, як правило, за рахунок дешевих продовольчих і непродовольчих товарів. В умовах кризи, навпаки, скорочення асортименту здійснюється за рахунок дорогих, іміджевих товарів чи послуг.

Як що ж розширити асортимент мультиплексів, то передбачаються кількісні та якісні зміни в товарній категорії, спрямовані на збільшення показників ширини, глибини і новизни асортименту.

Стабілізація асортименту – це стан асортименту, що відрізняється високою стійкістю і низьким ступенем оновлення.

В умовах ринкової економіки стабілізація асортименту є досить рідкісним явищем, оскільки потреби суспільства постійно розвиваються і це вимагає постійного оновлення асортименту. Однак існують групи товарів, яким властива стабілізація асортименту. Наприклад, в кінотеатрі завжди попитом буде користуватися поп-корн, тому що є стереотип, що йти в кінотеатр і не придбати поп-корну, то це буде не правильно.

Під оновленням асортименту розуміються кількісні та якісні зміни в номенклатурі товарів, що характеризуються високим ступенем новизни.

Постійно оновлюючи свій асортимент, мультиплекс переслідує такі цілі:

ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПЯМИ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ТУРИЗМУ	
Жигайло О.М.....	182
ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	
Крупіца І.В., Байрачна О.К.....	184

СЕКЦІЯ «АВТОМАТИЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ, РОБОТОТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ»

АВТОМАТИЗОВАНЕ КЕРУВАННЯ ВАКУУМ-АПАРАТОМ ПЕРІОДИЧНОЇ ДІЇ ЦУКРОВОГО ВИРОБНИЦТВА	
Скаковський Ю.М.....	186
ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ БЛОКІВ БІБЛІОТЕКИ «ТЕХНІКА РЕГУЛЮВАННЯ» ФІРМИ PHOENIX CONTACT	
Левінський В.М.....	188
ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІННИХ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ РОЗКЛАДУ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	
Сакалюк О.Ю., Трішин Ф.А.....	189

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ЗЕРНОВИХ ВИРОБНИЦТВ»

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЗВОЛОЖУВАЛЬНОЇ МАШИНИ ЗЕРНА	
Алексашин О.В., Гончарук Г.А.....	191
МОДЕЛЮВАННЯ ТЕРМІЧНОЇ ОБРОБКИ ЗЕРНОВИХ ПРОДУКТІВ	
Алексашин О.В., Шевченко К.Л., Штефура Ю.В.....	192
ЗАЛЕЖНІСТЬ ІНДЕКСУ ЛУЩЕННЯ ЯЧМЕНЮ ВІД ПРОДУКТИВНОСТІ ЛУЩИЛЬНО-ШЛІФУВАЛЬНОЇ МАШИНИ	
Гончарук Г.А., Шипко І.М., Ліпін А.П.....	194
УДОСКОНАЛЕННЯ КОНСТРУКЦІЇ ЩІТКОВОЇ МАШИНИ ДЛЯ ЗЕРНА	
Солдатенко Л.С. к.т.н., доцент, Терещенко О.С.....	195
ВАРІАНТИ КОНСТРУКТИВНИХ РІШЕНЬ РОБОЧИХ ОРГАНІВ ЛУЩИЛЬНО-ШЛІФУВАЛЬНИХ МАШИН ТИПУ ЗШН	
Ліпін А.П., Шипко І.М.....	197

СЕКЦІЯ «ФІЗИКА І МАТЕРІАЛОЗНАВСТВО»

IMPORTANCE OF THE CHARGE DYNAMICS SCREENING DURING POLARIZATION SWITCHING IN PVDF FILMS	
A.E. Sergeeva, S.N. Fedosov, H. von Seggern.....	198
HOW ELECTRIC CONDUCTIVITY AFFECTS POLARIZATION IN FERROELECTRIC POLYMERS	
S.N. Fedosov, A.E. Sergeeva, H. von Seggern.....	200
FER/ePTFE/FER FERROELECTRET SANDWICHES	
S.N. Fedosov, A.E. Sergeeva, H. von Seggern.....	201
BUILD-UP AND SWITCHING OF FERROELECTRIC POLARIZATION IN POLYVINYLINDENE FLUORIDE	
S.N. Fedosov, A.E. Sergeeva.....	202
POLING OF FERROELECTRIC POLYMERS IN CORONA DISCHARGE	
A.E. Sergeeva, S.N. Fedosov.....	203
RELAXATION PROCESSES IN FERROELECTRIC AND NON-LINEAR OPTICAL POLYMERS STUDIED BY DIELECTRIC SPECTROSCOPY AND TSDC METHODS	
A.E. Sergeeva, S.N. Fedosov.....	205
ВЛАСТИВОСТІ АМАРАНТОВОЇ ОЛІЇ, ОТРИМАНОЇ МЕТОДОМ ХОЛОДНОГО ВІДЖИМАННЯ	
Задорожний В.Г.....	206
ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЗА СПОСОБОМ ЛОГІКО-МАТЕМАТИЧНОГО ОПИСУ МОДЕЛЬОВАНИХ ЕКОНОМІЧНИХ МОДЕЛЕЙ	
Коновенко Н.Г.....	208
МОДЕЛЮВАННЯ ФІЗИЧНИХ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ У СЕРЕДОВИЩІ «I THINK»	
Коновенко Н. Г., Федченко Ю.С., Черевко Є.В.....	209
MESOSCOPIC UNCONSTRAINED MOLECULAR-DYNAMIC SIMULATION OF THERMODYNAMIC DIFFERENCES BETWEEN ISOTOPES OF ARGON (⁴⁰ AR AND ³⁶ AR)	
V.B. Rogankov, M.V. Shvets, O.V. Rogankov.....	211