

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
79 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2019

Наукове видання

Збірник тез доповідей 79 наукової конференції викладачів академії
16 – 19 квітня 2019 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 № 9 від 02.04.2019 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

Осипова Л.А., д-р техн. наук, доцент

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

Література

1. Innovative development of the economy: global trends and national features. – Collective monograph. – Lithuania: Publishing House «Baltija Publishing», 2018. – 716 p.
2. Buhalis Dimitrios & Amaranggana Aditya Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services // Information and communication technologies in tourism. 2015. 10.1007/978-3-319-14343-9_28.
3. Chen J.-L. An Empirical Study of Tourist Hotels: Difference Analysis between International Tourist Hotel and Standard Tourist Hotel in Taiwan // International Journal of Business and Management. 2018. – Vol 13, – No 3. – P. 67– 74.
4. 2018 рік у сфері готельної індустрії: гра у проривні інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/2018-rik-u-sferi-gotelnoi-industrii-gra-u-prorivni-innovacii>.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ SPA I WELLNESS НАПРЯМКУ В ГОТЕЛЯХ М. ОДЕСА

**Новічкова Т.П., к.т.н., доц., Кожевнікова В.О., к.т.н., ст. викл., Асауленко Н.В., ст. викл.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Одеська область займає лідируючі позиції в Україні за туристичним потенціалом завдяки економіко-географічному положенню, сприятливим природно-кліматичним умовам, розвинутій транспортній мережі, наявності пам'яток культури та архітектури. Всі ці фактори створюють сприятливі передумови для формування високорентабельної туристично-рекреаційної галузі.

Готельна галузь в Одеській області в даний час викликає великий інтерес, як в Україні, так і за кордоном. Спостерігається збільшення кількості українських та міжнародних компаній, які намагаються диверсифікувати свій бізнес. Основною причиною такого підвищеного інтересу до Одеського регіону є його багатий рекреаційний потенціал внаслідок унікальних для України природно-кліматичних умов.

Одеса є одним з найпривабливіших інвестиційних регіонів України і входить до шістки міст з найбільш динамічним розвитком підприємництва, а також займає четверте місце серед міст України по залученню інвестицій. За місткістю готелів Одеська область займала у 2016 р. 3 місце, надаючи 9,41 тис. місць. Майже в 2 рази більше місць пропонує м. Київ – 17525. На другому місці Львівська область з показником 13567. За показником кількості номерів у готелях з організаційно-правовою формою юридичні особи та фізичні особи разом Одеська область займала у 2016 р. 3 місце, надаючи 5057 номерів. На першому місці був м. Київ – 10583, на другому місці Львівська область з показником 6726 [1].

Як відомо, якість надання готельних послуг залежить від системності інфраструктури, якою володіє готель. Для аналізу різноманіття додаткових послуг використовується кількісний показник структурних підрозділів. Одеська область займає 2 місце, поступаючись тільки Львівській і випереджуючи м. Київ. За обсягом доходу від надання послуг готелями Одеська область у 2015 р. займала 4 місце, поступаючись м. Києву, Львівській та Івано-Франківській областям [1]. У Одеській області за 2015-2017 рр. спостерігається збільшення готелів у загальній кількості (на 15,5 %), а кількість місць збільшилась на 33,9 % [2].

У цілому можна відзначити формування певних тенденцій стану розвитку готельного господарства Одеської області:

— Одеська область увійшла за показником кількості обслугованих приїжджих у п'ятірку лідерів серед регіонів України, що робить цей регіон привабливим для залучення інвестицій на організацію нових підприємств з організаційно-правовою формою юридична особа;

— велику долю з обслугованих приїжджих складають іноземці (17,10 %), що може позитивно вплинути на ймовірність виходу на ринок міжнародних операторів;

— нестабільна політична ситуація впливає на показники Одеської області та спричиняє необхідність перерозподілу туристопотоків. Збільшується питома вага внутрішніх туристів, що користуються готельними послугами у Одеській області;

— найбільша кількість іноземних туристів у 2016 р. прибула до Одеської області з Туреччини – 3109, на другому місці США з показником 2559, третє місце посідає Молдова з 1956 приїжджими [2].

Одеська область зайняла 3 місце, що робить цей регіон одним з найбільш адаптованих для прийому іноземних громадян. При наявності 3,9 місця на тисячу місцевого населення, що у порівнянні з європейськими об'ємами є недостатнім, існує потенціал для розвитку даної сфери [2].

SPA-центри при готелях – окремий великий сегмент ринку, який має тенденцію до стрімкого зростання – 76 % існуючих SPA такого типу в Європі (проти 32 % в Україні) [3]. Тобто популярність SPA-послуг в готельному підприємстві зростає щоденно. Сьогодні готелі рівня 4* і 5*, як правило, обов'язково мають в своїх активах цю бізнес-одиницю, і наявність SPA-центру при готелі свідчить про високий рівень і хороший сервіс готельного комплексу. Експерти прогнозують, що незабаром SPA при готелях стане такою ж звичайною складовою як ресторан або бар. Популярності набувають також спеціальні SPA-готелі, де завдання оздоровлення, релаксації з застосуванням різноманітних водних процедур та інших засобів виходять на перше місце. Актуальним постає завдання щодо урізноманітнення SPA-послуг при готельних комплексах згідно глобальних тенденцій світової економіки. Це сприятиме асортиментному розширенню додаткових послуг готелю, що у подальшому дозволить не залежати від сезону та змінити імідж готельного підприємства. Важливість розвитку лікувально-оздоровчого туризму для сучасного суспільства підкреслюється на міжнародних конгресах, фахівцями відзначається, що постіндустріальна цивілізація посилює цінність концепту здорового способу життя [4].

Одна з головних світових тенденцій розвитку SPA-індустрії показує, що природна ресурсна база вже не є визначною у виборі місця для будівництва SPA-закладів. Ця тенденція особливо актуальна для промислових районів, що мають потребу в щоденному короткотривалому SPA-обслуговуванні. Сучасна людина потребує якісний та доступний профілактично-оздоровчий відпочинок, який на сьогоднішній день переважно представлений санаторіями, профілакторіями, SPA-центрами та Wellness-курортами.

Сьогодні SPA-індустрія розвивається значними темпами – ринок товарів приростає щорік на 7 %, а ринок послуг в галузі SPA – на 13 %. Ринок SPA-індустрії досяг показника у \$ 250 млрд., повідомляється в щорічному звіті групи SpaFinder, що відстежує тенденції в цій галузі [5].

Основними мотивами SPA-туристів є зняття стресу. Цікавим є факт, що фізична форма, втрата зайвої ваги, здорове харчування та зовнішній вигляд не завжди слугують важливими мотивами для відвідування SPA-закладів, натомість найпоширенішими є відчуття стресу, бажання почуватися краще, відпочити та розслабитися.

Таким чином, SPA-туризм у сучасному світі являє собою значний глобальний ринок, що стрімко зростає, випереджає у розвитку інші туристичні сектори та чинить неабиякий економічний ефект на інші галузі економіки. Для SPA-індустрії характерним є набагато менша залежність від сезонних та кризових тенденцій.

Розвиток галузі у світі забезпечується значними капітальними інвестиціями. Жорстка конкуренція спонукає SPA-заклади активно створювати нові продукти та переформовувати існуючі, використовувати нові маркетингові технології та канали збуту, виходити на нові цільові групи споживачів.

Ринок SPA і Wellness послуг у світі перебуває на стадії швидкого розвитку. Зростання щоденного навантаження на здоров'я приводить у SPA-заклади тисячі клієнтів у всьому світі. SPA індустрія на сьогоднішній день це не лише один із сегментів міжнародного

туристичного ринку, а й самостійна економічна галузь зі своїми сформованими попитом і пропозицією, нормами та правилами.

Література

1. Галасюк К.А. Сучасний стан та діяльність готельних підприємств Одеського регіону / Економіка. Управління. Інновації. 2014. – № 2 (12). – С. 10-18.
2. Кампов Н.С., Медвідь Л.І. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України / Теорія, практика, інновації розвитку: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Мукачево: РВВ МДУ, 2018. – С. 14-16.
3. Наумік-Гладка К.Г. Маркетингові та психологічні аспекти діяльності spa-індустрії при готельних комплексах / Modern Economics. 2017. – № 4. – С. 5-10.
4. Пересічна С.М., Вербова Ю.В. Світові тенденції розвитку spa-індустрії. Health and wellness tourism. Greenwich, London, 2013. – 185 с.
5. Рутинський М. SPA-курорт як інноваційний тип рекреаційних закладів і суспільно-географічні тенденції розбудови мережі SPA-курортів у західному регіоні України / Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2008. – Вип. 24. – С. 298-306.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО БРЕНДУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

**Харенко Д. О., канд. техн. наук, доцент, Дишкантюк О. В., канд. техн. наук, доцент,
Саламатіна С. Є., канд. техн. наук, доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Формування конкурентоспроможного гастрономічного бренду є ефективною стратегією в боротьбі за міжнародні ринки, які забезпечують стабільний туристичний потік і економічний розвиток регіону. З вересня 2017 року в Україні започатковано проект ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» [1]. Одним із основних завдань проекту – надання допомоги українським виробникам у створенні та реєстрації географічних зазначень вин, алкогольних напоїв та сільськогосподарської продукції. Проект допомагає Україні створити дієву систему географічних зазначень у відповідності до Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. В рамках проекту передбачено: виявлення та реєстрація українських географічних зазначень, в якості яких можуть виступати більшість локальних продуктів та напоїв. Впровадження географічних зазначень дозволить підвищити впізнаваність виробників та привернути увагу споживачів до локальної продукції.

Одеський регіон було обрано в якості пілотного регіону для провадження проекту ЄС зі створення географічних зазначень завдяки могутньому потенціалу виробників, бізнес-асоціацій, наукової спільноти, об'єднань споживачів, туроператорів, недержавних громадських організацій. У рамках проекту створюється модель гастрономічної концепції та розробляються «Дороги вина та смаку Бессарабії та м. Одеси», визначено м. Одесу та Бессарабію як туристичні гастрономічні дестинації.

Основним напрямками реалізації проекту ЄС із розвитку систем географічних зазначень в Україні є: удосконалення законодавства України, що регулює сферу географічних зазначень, у відповідності до норм ЄС; підвищення кваліфікації державних службовців, що працюють з географічними зазначеннями; надання консультацій щодо ребрендингу продукції, яка використовує географічні назви ЄС; розвиток ено- та гастрономічного туризму в регіонах, де зареєстровані географічні зазначення. Одним із важливих питань є розробка, в рамках проекту, концепції стратегії розвитку гастрономічного туризму в Україні до 2026 року.

Актуальним питанням залишається дослідження процесу формування гастрономічного бренду з метою посилення привабливості туристичної дестинації. У

СЕКЦІЯ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС»

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПУЛЯРНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ ПРИ ВИБОРІ ГОТЕЛЮ	
Кравчук Т.В.....	146
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Асауленко Н.В., Пацела О.А.....	148
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ПІВДНЯ УКРАЇНИ	
Тітомир Л.А.....	150
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ SPA І WELLNESS НАПРЯМКУ В ГОТЕЛЯХ М. ОДЕСА	
Новічкова Т.П., Кожевнікова В.О., Асауленко Н.В.....	152
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО БРЕНДУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	
Харенко Д.О., Дишкантюк О.В., Саламатіна С. Є.....	154
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У КАВ'ЯРНЯХ М. ОДЕСИ	
Коваленко Н.О., Чебанова Е.В.....	156
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
Халілова-Чуваєва Ю.О.....	157
НАПІЙ ДИСПЕРСНОГО ТИПУ НА ОСНОВІ ВОЛОСЬКОГО ГОРІХУ, ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ЗАМІННИК МОЛОКА	
Д'яконова А.К., Степанова В.С.....	158

СЕКЦІЯ «ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС І РЕКРЕАЦІЯ»

«ЗЕЛЕНИЙ» ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ	
Добрянська Н.А., Лазука К.Д., Гілко О.К.....	160
АЛГОРИТМ ПОБУДОВИ ГАСТРОМАРШРУТІВ В ДЕСТИНАЦІЯХ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
Меліх О.О., Калмикова І.С., Саркісян Г.О.....	162
РЕЗУЛЬТАТИ SWOT-АНАЛІЗУ ТАРУТИНСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТСЬКОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ	
Меліх О.О., Павлова І.О.....	164
СУТНІСТЬ АДАПТАЦІЇ ПАКЕТНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА АЛГОРИТМ ЇЇ ПРОВЕДЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРФІРМ	
Меліх О.О., Трішин Ф.А., Жигайло О.М.....	165
РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ЕТНО-, РЕЛІГІЙНИХ ТА ПАЛОМНИЦЬКИХ ТУРІВ З/НА УКРАЇНИ(У)	
Орлова М.Л., Саркісян Г.О.....	167
ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	
Шикіна О.В., Ярмоменко С.Г.....	168

СЕКЦІЯ «АВТОМАТИЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ, РОБОТОТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ»

ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОННОЇ МЕРЕЖІ ПРИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЗАМІСУ ТІСТА	
Нечепуренко В.В., Жигайло О.М., Добровольський В.В.....	170
КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЧАСОВИХ РЯДІВ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ЗБУТУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	
Топор М.М., Жигайло О.М., Добровольський В.В.....	172
АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ РОЗКЛАДУ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	
Сакалюк О.Ю., Трішин Ф.А.....	174

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ЗЕРНОВИХ ВИРОБНИЦТВ»

МОДЕРНІЗАЦІЯ ДРОБАРКИ ДЛЯ ЗЕРНА	
Алексашин О.В., Гончарук Г.А.....	176
МОДЕРНІЗАЦІЯ ДОЗУЮЧОГО ПРИСТРОЮ ТІСТОМІСИЛЬНОЇ МАШИНИ	
Алексашин О.В., Гончарук Г.А., Васильєв С.О.....	177
МОДЕРНІЗАЦІЯ ТІСТОМІСИТЕЛЯ АГРЕГАТУ ЛПШ-1200	
Алексашин О.В., Гончарук Г.А., Павловський В.Ю.....	178
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АБРАЗІВНО-ДИСКОВОЇ ЛУЩИЛЬНО-ШЛІФУВАЛЬНОЇ МАШИНИ	
Гончарук Г.А., Ліпін А.П., Шипко І.М., Галіулін А.А.....	179
ОДИН ІЗ ВАРІАНТІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВАКУУМ-АПАРАТА ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА КАРАМЕЛЬНОЇ МАСИ	
Ліпін А.П., Шипко І.М., Галіулін А.А., Ромашкевич С.О.....	181