

**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

Дата виробництва	20.06.2017 р.	Січень 2019 р.	Не вказано
Термін придатності	Необмежений	Необмежений	Не вказано
Нормативний документ	ДСТУ ГОСТ 31407:2014	ДСТУ ГОСТ 31410:2014	Не вказано
Штрих-код	29816701245518	4824039112208	Не вказано
Інша інформація	Рекомендовано перед використанням випрати	Рекомендовано перед використанням випрати	Не вказано
Інформаційні знаки	 прання при 40 °С  прасувати при середній температурі (до 150 °С)  сушити при середній температурі  вертикальне сушіння  не можна відбілювати  суха чистка	 прання при 30 °С  прасувати при низькій температурі (до 110 °С)  не можна відбілювати  вертикальне сушіння  хімчистка не дозволена	Не вказано

За результатами оцінки маркування дитячого одягу можна зробити висновок, що зразок № 1 ТМ «Betis» та Зразок № 2 ТМ «SMIL» відповідають встановленим вимогам та містять повну інформацію, зразок № 3 – не відповідає, оскільки не містить взагалі ніякої інформації, крім торговельної марки. Товарна стрічка щодо складу та символів за доглядом також відсутня і, даний одяг не повинно допускатися до реалізації. Також можна зробити однозначний висновок про необхідність прийняття більш суворих заходів з контролю надходження дитячого одягу на ринок України.

### Література

1. Барсукова, Н.К. Биологическая и химическая безопасность детской одежды: предъявляемые требования / Н.К. Барсукова, О.А. Чумичева // Рынок легкой промышленности. – 2010. – № 74.
2. Проданчук, М.Г. Сучасні проблеми безпечності текстильних матеріалів та одягу в рамках гармонізації з вимогами стандартів країн європейського співтовариства / М.Г. Проданчук, Л.Г. Сененко, О.П. Кравчук, І.В. Лепьошкін // Сучасні проблеми токсикології. – 2004. – № 1. – С. 3–8.

## ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ТОВАРІВ У СВІТЛІ СУЧАСНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ

Дроздов О.І., к.т.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Глобальна необхідність заощаджувати природні ресурси та скорочувати негативні наслідки для довкілля породжують нові споживчі тенденції, що чинять все більш помітний вплив як на зміни у асортименті існуючих товарів на ринку, так і на їх збут. Відповідальне споживання у суспільстві, стиль життя Zero waste або «нуль відходів» та інші громадські ініціативи набувають все більшого поширення в теперішній час.

Впровадження продуктів з великим життєвим циклом та ресайклінг належать до

головних принципів відповідального споживання, бо відомо, що купуючи товар, споживачі рідко використовують його ресурс навіть на 50 %, до того ж, переплачуючи таким чином за нього. І якщо головне завдання маркетингу полягає у максимальному продовженні перебування товару на ринку з міркувань отримання максимального прибутку, то прагненням виробників сучасних екологічних течій серед споживачів товарів і послуг є максимальне продовження часу використання придбаних товарів з метою скорочення кількості товарів, що потребують утилізації.

Це досягається активним просуванням і втіленням у повсякденну практику принципів оренди, спільного володіння, повторного використання (reuse), апсайклінгу (upcycling) та ресайклінгу (recycling). Проте, оскільки товари, отримані в результаті ресайклінгу мають значно нижчу якість, що навіть позначається терміном даунсайклінг (downcycling), очевидним є необхідність переходу до альтернативних багаторазових предметів (оборотної скляної тари та ін.) з одночасною відмовою від їх одноразових аналогів.

Крім факторів споживчого впливу, на продовження життєвого циклу товару впливає і екологічний життєвий цикл такого товару та його окремі стадії. Екологічний життєвий цикл товару за рахунок своїх високих характеристик здатен продовжити тривалість перебування такого товару на ринку в стадії насичення. Цьому сприятимуть екологічна свідомість покупців і екологічні споживчі уподобання.

На етапі спадання (занепаду) для продовження життєвого циклу своїх товарів виробники вдаються до різноманітних заходів і стратегій, серед яких споживачами більш прихильно сприймається підвищення екологічності не тільки самого товару за рахунок модернізації, а й навіть його пакування. Це стосується матеріалів з «не екологічною репутацією», що не підлягають переробці – пластику з маркуванням 3 і 7, деяких композиційних матеріалів (що складаються з декількох складових і маркуються символом «С/») та ін.

Переважаючи на ринку товарів з низькою екологічною конкурентоздатністю може створювати додаткові переваги виробникам і товарам з кращими екологічними показниками а також для всіх інших в разі здійснення спонсорської підтримки екологічних масових акцій, або активного приєднання до них.

В цілому, заходи, що сприяють продовженню окремих етапів (стадій) життєвого циклу товару з урахуванням екологічних показників сприятимуть вирішенню таких важливих проблем:

- скорочення витрат сировинних ресурсів;
- скорочення енерговитрат;
- зменшення викидів і відходів при виробництві товарів;
- зменшення негативного навантаження від утилізації та/або захоронення товарів, що завершили свій життєвий цикл.

Життєвий цикл притаманний не тільки певним маркам та різновидам товару, а й товарним класам і оскільки найбільш тривалим є життєвий цикл у товарних класів, можливість його продовження треба передбачати ще під час їхньої розробки.

## **ВИМОГИ ДО МАРКУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

**Крупницька Л.О., канд. техн. наук, асист., Луцькова В.А., асист.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

В умовах глобалізації економіки Європейський союз (ЄС) та світова організація торгівлі (СОТ) виробили власні механізми усунення бар'єрів, які ґрунтуються на взаємному визнанні і технічній гармонізації законодавств окремих країн у галузі торгівлі з метою усунення зайвих перешкод для міжнародної торгівлі.

## СЕКЦІЯ «ТОВАРОЗНАВСТВО ТА МИТНА СПРАВА»

ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ <b>Бочарова О.В., Данилова О.І.</b> .....	147
СПІВСТАВЛЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ РІЗНИХ ТИПІВ ТА ВИДІВ СПОЖИВЧОЇ ТАРИ ДЛЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ <b>Верхівкер Я.Г.</b> .....	148
АНАЛІЗ МАРКУВАННЯ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ У М. ОДЕСА <b>Мартиросян І.А., Данилова О.І., Сіянко А.О.</b> .....	149
ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ТОВАРІВ У СВІТЛІ СУЧАСНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ <b>Дроздов О.І.</b> .....	151
ВИМОГИ ДО МАРКУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ <b>Круницька Л.О., Луцькова В.А.</b> .....	152
ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ОЦІНКИ ЧЕРВОНИХ СТОЛОВИХ ВИН ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «ВИНА СВІТУ» м. ОДЕСА <b>Мельник І.В., Крамаренко Е.Є.</b> .....	154

## СЕКЦІЯ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС»

ПОТЕНЦІАЛ І ПРОБЛЕМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ОДЕЩИНИ В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ ЕТНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ <b>Лебеденко Т.Є., Кожевнікова В.О., Дряконова А.К.</b> .....	156
РОЛЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У РОЗВИТКУ ПРОЄКТІВ ЄС СИСТЕМИ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ ТА «ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ УКРАЇНСЬКОЇ БЕССАРАБІЇ» <b>Солоницька І.В., Лебеденко Т.Є., Коротич О.М.</b> .....	158
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПОДОБАНЬ ВІДВІДУВАЧІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЩОДО СОУСІВ ДО СТРАВ ГРИЛЬ-МЕНЮ <b>Кравчук Т.В., Кравченко Я.В.</b> .....	160
УКРАЇНСЬКА КУХНЯ: ПОВЕРНЕННЯ ДО ВИТОКІВ ТА SLOW FOOD ЯК ОДИН ІЗ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ <b>Ткачук О.В., Лебеденко Т.Є., Новічкова Т.П.</b> .....	162
АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІНІ-ГОТЕЛІВ В М. ОДЕСА <b>Тігомир Л.А.</b> .....	164
РИНОК НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ <b>Крупіна С.В.</b> .....	165
ЯКІ ЗАКЛАДИ РЕСТОРАННОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ВІДНОСЯТЬСЯ ДО ІННОВАЦІЙНИХ ЗАКЛАДІВ <b>Жовтяк К.О.</b> .....	166
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ <b>Жовтяк К.О.</b> .....	167
МОНІТОРИНГ ГАСТРОНОМІЧНОГО БРЕНДУ ОДЕСИ <b>Харенко Д.О., Федосова К.С.</b> .....	168
ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ В УКРАЇНІ ТА В СВІТІ <b>Халілова-Чуваєва Ю.О.</b> .....	170

## СЕКЦІЯ «ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС І РЕКРЕАЦІЯ»

ДИТЯЧИЙ ГАСТРОТУРИЗМ <b>Меліх О.О., Меліх Т.Г.</b> .....	172
СУЧАСНИЙ СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ <b>Добрянська Н.А.</b> .....	174
ПІДВИЩЕННЯ АТРАКТИВНОСТІ ЛОКАЛЬНИХ ВИН В ЕНОТУРИЗМІ ШЛЯХОМ ПОСИЛЕННЯ ЇХ АРОМАТИЧНОГО ПРОФІЛЮ <b>Калмикова І.С.</b> .....	176
РЕСУРСИ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ ІЗМАЇЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ <b>Орлова М.Л.</b> .....	178
CRISIS MANAGEMENT FOR THE TOURISM INDUSTRY IN 2020 <b>Margaryta Liganenko.</b> .....	180