

**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

3. Руденко Л.Г., Шестопапов В.В. Геодезична дуга Струве – об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО // Український географічний журнал. – 2006. – № 3. – С. 60.
4. URL: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/odesa/> (дата звернення: 11. 03. 2020)
5. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_d69](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69) (дата звернення: 13. 03. 2020)
6. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12. 03. 2020)

## **CRISIS MANAGEMENT FOR THE TOURISM INDUSTRY IN 2020**

**Margaryta Liganenko, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Recreation Odessa National Academy of Food Technologies**

The World Tourism Organization (UNWTO) has released its updated assessment of the likely impact of the COVID-19 on international tourism. For its initial assessment, UNWTO takes the SARS scenario of 2003 as a benchmark, factoring in the size and dynamics of global travel and current disruptions, the geographic spread of COVID-19 and its potential economic impact [1]:

— as of today, UNWTO estimates that in 2020 global international tourist arrivals could decline between 20-30 %, down from an estimated growth of 3 % to 4 % forecast in early January 2020;

— this could translate into a loss of US \$ 30 to 50 billion in spending by international visitors (international tourism receipts);

— estimates for other world regions are currently premature in view of the rapidly evolving situation.

The European tourism industry alone is said to experience an estimated financial loss of roughly € 1 billion per month, European Commissioner for Internal Markets Thierry Breton had announced on the 16<sup>th</sup> of March 2020.

Against this backdrop, UNWTO calls for [1]:

— financial and political support for recovery measures targeting the tourism sector in the most affected countries;

— recovery measures and incentives to be planned and implemented in coordination with international development and donor organizations; and

— tourism support to be included in the wider recovery plans and actions of affected economies.

WizzAir company is against direct subsidies by governments of private airlines (as requested by Lufthansa in Germany), as it destroys competition. At the same time, the UK government has taken a more balanced position and will provide assistance, only as a last resort and on a commercial basis.

The Travel And Tourism Industry During The Coronavirus Crisisomic sectors, reaping \$8.8 trillion per year, according to The World Economic Forum (WEF). Travel and tourism, according to WTTC, supports one in 10 occupations worldwide, generating 320 million jobs. CNBC reported, with data provided by Tourism Economics, that the travel and tourism industry in America could take a \$ 24 billion loss in foreign spending due to the rapidly spreading virus [2].

President of the American Travel Association reported that in the first place there may be a crisis in the field of online reservations around the world.

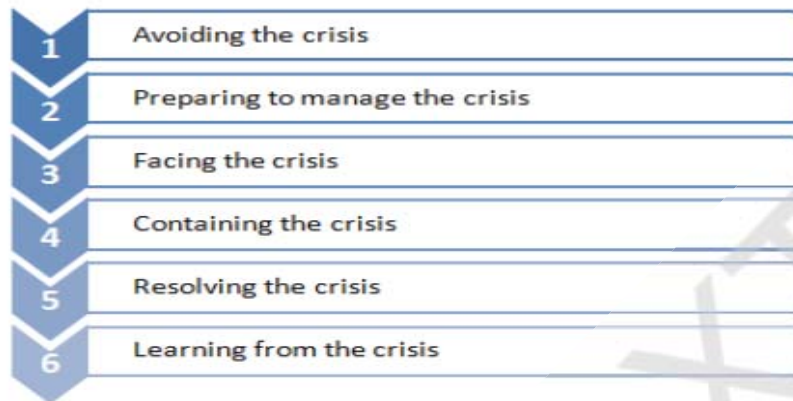
The CARES Act, a massive \$ 2 trillion stimulus meant to keep the U.S. economic engine running despite concerns about coronavirus:

— U.S. passenger airlines will have access to roughly \$ 50 billion, half in grants, and half in loans. U.S. airports also will receive \$10 billion from the government.

— Travel advisors also will be eligible for the Small Business Interruption Loans/Paycheck Protection Program, a \$ 349 billion dollar fund disbursed by the Small Business Administration.

Loans of up to \$ 10 million are available, no collateral is required, and the application process is meant to be streamlined.

Considering the evolving nature of the situation, it is necessary to react to this and analyse the crisis management in general. Crisis management is the process by which an organization deals with a major threatening event. Many different models of Crisis Management exist in the tourism industry. This section argues that Crisis Management can best be defined by the following six-stages process model:



**Fig. 1 – Six-stages Crisis Management process model in the tourism industry**

**Stage 1: Avoiding the Crisis.**

Crises are unpredictable, but they do not have to be entirely unexpected. As a tourism manager, you have to prepare for crises when things are going well. Key to good preparation is not only crisis management planning but also the implementation of training and exercising:

— Include crisis planning in your overall strategic planning process and talk to people from other areas of your company about risks in your industry.

— Perform the SWOT analysis: Find strengths and weaknesses of your company as well as, environmental opportunities and threats for your business.

— Develop a crisis-risk list.

**Stage 2: Preparing to Manage the Crisis.**

In the second step, a tourism manager should develop a crisis plan. Consider everything that might go wrong, and assess the costs if it should. After selecting a what-if scenario and possible consequences should brainstorm the kinds of decisions that will have to be made. Also think about what resources will be needed to handle the crisis.

**Stage 3: Facing the Crisis.**

In this stage, a tourism manager has to estimate the size of the crisis. It's necessary to get a team in place as quickly as possible and get all the information about what's happening.

**Stage 4: Containing the Crisis.**

The fourth stage is about damage control and communicating. So a tourism manager should stick to the facts and make your message straightforward and confident. Communicate to your client honestly.

**Stage 5: Resolving the Crises.**

Tourism managers should not be paralyzed when there are no standard operating procedures. Often, they just have to trust their judgment and take action. By making decisions, ensure that the safety of the people is always prioritized and that you grasp new developments.

**Stage 6: Learning from the Crisis.**

Once the crisis has passed, use the experience and make changes to prepare for a similar crisis. A tourism manager should review how the crisis was handled and plan ahead.

There is a bright side, however, as the experts at Tourism Economics expect a full recovery by 2023, based on how the travel industry recuperated from past slumps, once the situation has stabilized.

## 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,

## 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
МОНІТОРІНГ 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