

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

зазначено – «Якщо харчовий продукт вкритий крижаною глазур'ю (для заморожених продуктів), маса харчового продукту не повинна включати масу крижаної глазури». На маркуванні в обов'язковому порядку має зазначатися, чи відбулося заморожування або розморожування продукції, бо це впливає на її якість. Нова норма зробить неможливим продаж розмороженого м'яса (риби) за ціною охолодженого. Нове правило вплине і на термін, протягом якого дозволено реалізацію розмороженого продукту.

Нормами нового закону впорядковано підхід щодо визначення термінів зберігання. Закон вводить поняття «мінімальний термін зберігання харчового продукту» і дата, до якої він може бути використаний – «вжити до». Ці вимоги особливо актуальні для продуктів, що швидко псуються і найбільш небезпечні з точки зору мікробіології (сире або охолоджене м'ясо, сира риба, яйця) на наступний день після дати «вжити до» можуть становити небезпеку. До останнього часу не було чітких вимог і товаровиробники вказували терміни реалізації продукції на свій розсуд, тільки від тепер були введені єдині і чіткі вимоги відповідно до нового закону.

Виконання норм Закону України № 2639-VIII «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» суттєво розширить уявлення споживачів в сфері інформування про якість та склад харчової продукції, а також забезпечить усунення бар'єрів у міжнародній торгівлі і зробить український товар конкурентно спроможним серед країн ЄС.

Література

1. Законодавство України: Закону України № 2639-VIII «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» від 6 грудня 2018 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19>
2. Офіційний вісник Європейського Союзу: Регламент (єв) № 1169/2011 Європейського Парламенту і Ради від 28 жовтня 2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.milkiland.nl/upload/pdf/laws/es/ES_1169-2011_ukr.pdf

ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ОЦІНКИ ЧЕРВОНИХ СТОЛОВИХ ВИН ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «ВИНА СВІТУ» м. ОДЕСА

**Мельник І.В., к.т.н., доцент, Крамаренко Е.Є., студент ОКР «Бакалавр»
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Для проведення дослідження асортименту товарів була вибрана торговельна мережа «Вина Світу», яка достатньо сильно інтегрована на ринку України. Був вивчений асортимент червоних столових вин в магазинах, дослідили, яка кількість продукції певного виробника знаходиться в цьому асортименті, співвідношення представленої продукції вітчизняних і закордонних виробників, маркування та види пакування цього товару. Ці дані належним чином можна використовувати для оцінки конкурентоспроможності «Вина Світу» з іншими торговельними мережами. Представлений асортимент вин наведений в таблиці 1.

Таблиця 1 – Асортимент червоних столових сухих вин представлений в торговельній мережі «Вина Світу»

Назва вина, торговельна марка	Виробник
Каберне «Oreanda»	«Масандра», ЗАТ «Торговий дім» Україна, 98650, АР Крим, м. Ялта, смт. Масандра
Каберне «Шабо»	ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо» Україна, 67770, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, с. Шабо
Каберне «Голіцинські вина»	ТОВ «Євпаторійський винзавод», АР Крим, м. Євпаторія, вул. Виноградна, 11

Каберне «Французський бульвар»	ЗАТ «Одесавинпром», м. Одеса
Каберне «Коктебель»	ЗАТ «Одесавинпром», м. Одеса
Каберне «Коктебель»	АР Крим, м. Бахчисарай, вул. Македонська, 1
Каберне сортове «Inkerman»	ТОВ «Інкерманський завод марочних вин», м. Севастополь, вул. Малиновського, 20
Каберне «Коблево»	ВАТ «Коблево» Миколаївська обл., с. Коблево
Каберне «Бахчисарай»	ВАТ «Бахчисарайський виноробний завод», АР Крим
Мерло «Коблево»	ПАТ «Коблево» Миколаївська обл., с. Виноградне
Піно Нуар «Ташбунар»	ТОВ «Т.В.Д.-Агрокапітал», ТМ «Ташбунар» Одеська обл., Ізмаїльський р-н, с. Кам'янка

У даній торговельній мережі представлений розширений асортимент вин, присутні популярні та не досить популярні види продукції, тобто споживачу надається великий вибір червоних столових сухих вин, переважно вітчизняних виробників. Вся продукція розміщена гармонічно, кількість пляшок деякої торгової марки не домінує над іншими.

Вина розливають у скляні пляшки за ДСТУ ГОСТ 10117.1, ДСТУ ГОСТ 10117.2, а також у сувенірні пляшки та художньо оформлений посуд із скла, глазурованої кераміки або дерева, упаковку типу «Tetra-Pak» та «Baginbox». Розлив столових сухих та кріплених вин здійснюють також у тару (посуд) місткістю від 50 дм³ до 600 дм³, виготовлену із матеріалів, дозволених до контакту з винами. Вина закупорюють корковими пробками згідно з ГОСТ 5541, поліетиленовими пробками згідно з чинними нормативними документами. Допускається закупорювання ординарних вин іншими закупорювальними засобами, дозволеними для використання центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я України. Закупорювання пляшок з винами, які пастеризують, повинне запобігати витіканню вина і втраті його якості. Пакування пляшок з вином повинно бути таким, що не пошкоджує їх оформлення і цілісність.

Для товарознавчої оцінки і порівнянні продукції вітчизняних виробників було обрано 3 найменування ординарних сортових столових сухих червоних вин: № 1 – ТМ «Шабо» (Каберне), № 2 – ТМ «Коблево» (Мерло) та № 3 – ТМ «Ташбунар» (Піно Нуар). Перші дві торгові марки виробників винопродукції достатньо відомі як серед вітчизняних споживачів, так і за кордоном. ТМ «Ташбунар» – поки що маловідома, але взагалі може скласти конкуренцію двом гігантам на ринку алкогольної продукції.

Перевірка відповідності стану пакування всіх трьох експериментальних зразків червоних вин показала, що споживча тара у всіх зразках цілісна, форма зручна в використанні, подряпин та інших механічних пошкоджень немає, герметично закупорена. Етикетки вироблені з паперового матеріалу. Споживча тара всіх зразків відповідає вимогам нормативної документації.

Далі провели аналіз відповідності та повноти маркування споживчої тари. На пляшки з вином наклеюють художньо оформлену етикетку або комбіновану етикетку з кольореткою згідно з чинними нормативними документами. На етикетці кожної пляшки з вином відповідно до Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» повинен бути нанесений повний список інформації. Аналіз показав, що вся необхідна інформація, яка регламентована в Законі України, присутня на етикетках вин, що досліджуються. Маркування зразку № 2 повністю відповідає вимогам технічного регламенту; в зразку № 1 на етикетці не наведений фактичний вміст спирту у напої; в зразку № 3 не зазначений перелік інгредієнтів. Тому зразки № 1 і № 3 мають зауваження до маркування згідно вимог. Інтерес викликає зазначений мінімальний термін придатності вин: у зразку № 1 – 24 міс, у зразку № 2 – 18 міс, у зразку № 3 – 3 міс з дати виробництва.

До показника «Будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби)» кожен виробник поставився індивідуально, деякі творчо: так, всі вказали однакову рекомендовану температуру вживання 16-18 °С, в зразку № 2 вказано «рекомендовані страви: м'ясне асорті та гострі страви», в зразку № 3 – «чудово гармоніє зі стравами

телятини, домашньої птиці та баранини». Так, споживачеві можуть стати в нагоді гастрономічні уподобання при вживанні даної категорії вин.

Перевірка штрихового кодування (або штрих-коду – машино-зчитуваного символу, що містить закодовану інформацію про характеристики виробленої продукції і дозволяє здійснювати її автоматизовану ідентифікацію) довела, що всі три вироби відповідають нормативній документації за штриховим кодуванням і це свідчить, що вони не фальсифіковані.

Для оцінки якості 3-х зразків ординарних сухих червоних вин були визначені фізико-хімічні та органолептичні показники, які регламентовані ДСТУ 4806:2007 «Вина. Загальні технічні умови».

За допомогою методик згідно з ДСТУ визначали основні фізико-хімічні показники якості вин, а саме об'ємну долю спирту, м.к. цукрів, м.к. титрованих кислот і масову частку сірки. Всі показники відповідали нормативному змісту в столових сухих червоних винах, відхилень не виявлено в усіх 3-х зразках.

Органолептичний аналіз вин здійснювався за допомогою дегустації, членами дегустаційної комісії були як студенти, так і викладачі кафедри ТтаМС. Методом балової оцінки визначали наступні показники: прозорість, типовість, колір, букет, смак. Загальна оцінка складала 10 балів. Найбільшу оцінку отримав зразок № 2 – ТМ «Коблево» – 8,4; далі був зразок № 1 – ТМ «Шабо» – 8,2; зразок № 3 – ТМ «Ташбунар» отримав 7,4 бали.

Висновок: слід зазначити, що для ординарних червоних столових сухих вин всі зразки за органолептичними показниками отримали високі оцінки, тим більш порівнювалися вина, що вироблені з різних сортів винограду. Вино ТМ «Коблево» є лідером майже з усіх показників товарознавчої оцінки. У зразка ТМ «ШАБО» немає особливих переваг в характеристиках перед попереднім зразком, але він й немає переважних недоліків. Деякі недоліки в маркуванні тарі за основними показниками і невисокі оцінки за смак зразка ТМ «Ташбунар» залишили його на третьому місці.

СЕКЦІЯ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС»

ПОТЕНЦІАЛ І ПРОБЛЕМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ОДЕЩИНИ В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ ЕТНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Лебеденко Т.Є., д.т.н., доц., Кожевнікова В.О., к.т.н., ст. викл.,

Д'яконова А.К., д.т.н., професор

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

За туристичним потенціалом Одеська область займає одне з провідних місць в Україні. Особливості географічного розташування, сприятливі природно-кліматичні умови, наявність пам'яток природи, архітектури, історії і культури створили всі передумови для формування високорентабельної туристично-рекреаційної галузі. На території області зосереджено унікальні бальнеологічні ресурси (чорноморське узбережжя, мінеральні води тощо), цінні екосистеми. Все це визначає пріоритетність розвитку в регіоні оздоровчого, екологічного, зеленого туризму [1, 2]. Більш того, на сьогодні одним із найперспективніших напрямків розвитку туризму у світі визнано етнічний аспект, який дозволяє покращити і надати унікальності іншим видам туризму, стати поштовхом для розвитку територій і громад. Етнічний туризм, як правило, передбачає екскурсії до поселень, що зберегли особливості традиційної культури певних народів, відвідування музеїв, «живих музеїв» з насиченими анімаційними програмами відтворення історичного середовища, національних свят, де туристів приваблюють споруди, предмети старовини, можливість спробувати національні страви, виготовлені за автентичними артизанськими технологіями, прийняти участь у святкуваннях тощо [3]. Глобалізація світу з її новими моделями просторової

СЕКЦІЯ «ТОВАРОЗНАВСТВО ТА МИТНА СПРАВА»

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

СЕКЦІЯ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС»

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

СЕКЦІЯ «ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС І РЕКРЕАЦІЯ»

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