

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

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

результаті застосування методів контент-аналізу та експертного інтерв'ювання був зроблений висновок про великий нереалізований потенціал гастрономічного бренду Одеси як на міжнародному, так і на національному рівні [2-4].

В ході проведеного авторами експертного опитування та аналізу даних інтерв'ю – було визначено дві складові гастрономічного бренду, здатні створити привабливість міста в рамках різних видів туризму. Першою складовою гастрономічного бренду Одеси є «одеська кухня». Історичний період 18–21 сторіччя викликає зацікавленість Одесою в світі. У Одесі є всі підстави розвивати гастрономічну складову – багата історія, архітектурні пам'ятники, музеї та колекції мистецтва, культові місця часів та інші. Для туристів із пострадянського простору, емігрантів та їх нащадків важливі ностальгічні спогади, для туристів із інших країн ця гастрономічна складова також буде цікавою. Друга складова – «Одеса – гастрономічні ворота України». У багатонаціональній Україні існує велика кількість етнічних кухонь. Захоплюючим шляхом знайомства з місцевою культурою є знайомство з місцевою, автентичною кухнею. Одним із напрямків розвитку туризму є гастрономічні фестивалі, виставки, презентації кухонь народів Одеси, Бессарабії та України. Такий «етнічний портфель» підкреслить роль Одеського регіону як представництва всієї країни, в якому мешкає 133 національності з 134, які мешкають в Україні [5, 6]. Формування даної складової є закономірним, оскільки Одеса історично була містом, що з'єднує багато культур і традицій. Створення такого кулінарного різноманіття дозволить туристу, що відвідує лише Одесу, скласти уявлення про різноманітність України. У етнічний портфель можуть бути включені різні кухні, що представлені в Одещині: українська, російська, єврейська, болгарська, румунська, молдовська, балканська та ін.

Виходячи з усіх проаналізованих даних, проведених досліджень та висновків експертів, можна відзначити, що гастрономічне життя Одеси досить багатогранне та має багато зрізів. Гастрономічний бренд ґрунтується на гастрономічній культурі, яка без сумніву присутня в Одеському регіоні. Незважаючи на всі досягнення Одеси в сфері гастрономії, база для створення бренду ще не є достатньою, для залучення великої кількості іноземних туристів, але має великий потенціал. Інтерв'ювання експертів дозволило виділити кілька причин, через які формування гастрономічного бренду ускладнюється та вплив ресторанів на бренд міста слабкий: недостатньо кваліфікованого персоналу, обмеженість локальних продуктів та їх сезонність, недостатній рівень гастрономічної культури в підсвідомості місцевих мешканців.

Практичні шляхи вирішення встановлених проблем існують: популяризація професії кухаря, відкриття кулінарних шкіл та студій, проведення кулінарних майстер-класів, кулінарних конкурсів і фестивалів, участь успішних шеф-кухарів у професійних кулінарних конкурсах та форумах у тому числі міжнародних, проведення гастрономічних заходів із презентації автентичних страв та дегустаційних сетів, використання нових технологічних прийомів при приготуванні традиційних страв з використанням сучасних тенденцій. Проблему з локальними та свіжими продуктами вже зараз активно намагаються вирішити, впровадженням географічних зазначень продуктів та напоїв в Одеському регіоні. Останні декілька років спостерігається активний розвиток гастрономічної культури в Одесі та Україні переважно завдяки скоренню професійних об'єднань спільнот. Ефективний спосіб допомогти формуванню гастрономічного бренду Одеси – це інформувати громадськість про існування гастрономічної культури. У тому числі, відзначено, що в більшості випадків відправною точкою є ресторани, вони служать майданчиком реалізації ідей.

Визнаючи важливість туристського гастрономічного бренду, запропоновані заходи щодо посилення туристичної привабливості Одеси як прикладу мультикультурного міста, культурного центру з багатою історією та традиціями. Проведене дослідження має практичне значення, оскільки дозволяє сформуванню нові шляхи просування Одещини як унікальної гастрономічної дестинації. Це виражається, зокрема, в активному формуванні культурно-туристських кластерів, невід'ємною частиною яких є креативні ресторани, які

відроджують традиції колишніх культових закладів Одеси. Ідея формування гастрономічного бренду Одеси в новій, нетрадиційній формі є ключовою у розцвітці туристичної дестинації.

Література

1. Офіційний сайт. – 2019 [Електронний ресурс]. URL: <https://new.minagro.gov.ua/> (дата звернення 04.03.2019).
2. Research of the gastronomic brand of Odesa and practical recommendations for solving key problems / D. Kharenko, O. Dyshkantiuk, S. Salamatina, Iu. Khalilova-Chuvaeva, L. Kovalenko // Technology audit and production reserves. 2019, – № 1/5(45), – Р. 33-35.
3. Research of the gastronomic brand of tourist destination / D. Kharenko, O. Dyshkantiuk, S. Salamatina, L. Kovalenko // Technology audit and production reserves. 2018. – №3/5 (41), – Р. 15-21.
4. Потенціал ресторанного господарства Одещини в розвитку гастрономічного туризму / О.В. Дишкантьук, Д.О. Харенко, Л.М. Івичук // Економіка харчової промисловості. 2018. – Т. 10 (2), – С. 31-39.
5. Гастрономія як важливий елемент розвитку індустрії гостинності / О.В. Дишкантьук, Д.О. Харенко, С.Є. Саламатіна, Л.М. Івичук, В.С. Бородіна, К.В. Власюк // Економічна та продовольча безпека України. 2017. – 5 (3-4), – С. 60-73.
6. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини // Наукові праці ОНАХТ. 2014. – 2 (46), – С. 325-329.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У КАВ'ЯРНЯХ М. ОДЕСИ

**Коваленко Н.О., к.т.н., доцент, Чебанова Е.В, магістр
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Сьогодні кав'ярні один з найбільш популярних закладів ресторанного господарства, особливо серед молоді і ділових людей. Сучасні кав'ярні мають різноманітні концепції, направлені на задоволення потреб самого вимогливого споживача кави.

Ринок кав'ярень дуже стрімко насичується і власникам кав'ярень стає складніше конкурувати. Найбільш стрімко з'являються нові формати кав'ярень в таких містах як Київ, Львів, Одеса. Для того, щоб утримувати позиції на ринку, власники кав'ярень у концепціях роблять акцент на сучасне і не стандартне обладнання для приготування кави, на унікальний дизайн, на місію кав'ярні і її незвичну локацію, на включення у меню карти напоїв нових видів кави та закусок і десертів до них, запрошення у команду кав'ярні відомих чемпіонів-бариста. Прикладом таких тенденцій є кав'ярні: у Києві – «Blur Coffee», «One Love Coffee», «Coffee», «Португеза», «Whitebeard Blackbird M17», в Одесі – «White Whale», «Тишина Еспрессо-бар», «Traveler's Coffee Odessa», «Atelier. Design&Coffee», у Львові – «Віденська кав'ярня», «На Бамбетлі», «Світ кави», «Львівська копальня кави», «Pid Syn'ouu Flyazhkoou», «Chekhovych», «Львівська Мануфактура кави», «Солодкий сундук», «Золотой Дукат» та ін.

Одним з відносно нових трендів на ринку кав'ярень України є відкриття книгарень – кав'ярень, метою яких є заохочення до читання друкованої літератури. Першу «Книгарню-кав'ярню Старого Лева» було відкрито в травні 2015 року у Львові. Пізніше такі заклади відкрились в м. Одеса на вул. Катерининській, 77, в м. Миколаїв на вул. Потьомкінській, 46, в м. Київ на вул. Прорізній, 10.

Формат кав'ярень-книгарень є актуальним, оскільки в наш час швидких технологій і Інтернету читання друкованих книжок відходить на другий план. Різні літературні джерела стверджують, що мозок людини краще засвоює інформацію надруковану на папері, ніж з екранів різноманітних гаджетів. Тривале читання з електронних екранів швидше

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	
Тігомир 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 ХЛІБОВУЛОЧНИХ 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