

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



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

Одеса 2021

Наукове видання

Збірник тез доповідей 81 наукової конференції викладачів академії
27 – 30 квітня 2021 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 № 14 від 27-29.04.2021 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., проф.
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

Відновлення ресторанного бізнесу та повернення довіри гостей в умовах пандемії COVID-19 стає можливим, за умови швидкого реагування та адаптації закладів ресторанного господарства на реальні умови, шляхом впровадження інновацій і дотримання санітарних протоколів.

Література

1. Economic Impact Reports. WTTC: веб-сайт. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

2. Souji Gopalakrishna Pillai, Kavitha Haldorai, Won Seok Seo, Woo Gon Kim. COVID-19 and hospitality 5.0: Redefining hospitality operations // International Journal of Hospitality Management, Volume 94, 2021, 102869, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102869>.

3. WTTC Unveils «Safe Travels» – New Global Protocols to Restart the Travel&Tourism Sector. WTTC: веб-сайт. URL: <https://wtcc.org/News-Article/WTTC-unveils-Safe-Travels-new-global-protocols-to-restart-the-Travel-Tourism-sector>

4. Hyoung Ju Song, Jihwan Yeon, Seoki Lee. Impact of the COVID-19 pandemic: Evidence from the U.S. restaurant industry // International Journal of Hospitality Management, Volume 92, 2021, 102702, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102702>. 2020.

5. 2021 State of the Restaurant Industry. National Restaurant Association: веб-сайт. URL: <https://www.restaurant.org/research/reports/state-of-restaurant-industry>

6. F&B Trends for 2021. Modern Restaurant Management: веб-сайт. URL: <https://modernrestaurantmanagement.com/fb-trends-for-2021/>

7. Business Openings Recover, Reopenings Rise, and Changes in Consumer Interest Indicate a Return to Pre-Pandemic Activities, According to Yelp Economic Average. Yelp: веб-сайт. URL: <https://www.yelpeconomicaverage.com/yea-q4-2020.html>

8. These Will Be the 21 Biggest Food Trends of 2021, According to Chefs. Food&Wine: веб-сайт. URL: <https://www.foodandwine.com/news/biggest-food-trends-2021-chefs>

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА КАФЕ ФОРМАТУ В2В

**Кравчук Т.В., канд. техн. наук, доцент, Саламатіна С.Є., канд. техн. наук, доцент,
Кравченко Я.В., асистент**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

На сьогодні м. Одеса продовжує динамічно розвиватися. В місті знаходиться найбільший в країні морський торговельний порт. Одеса є крупним торговельним, туристичним та санаторним центром. В Одесі діє міжнародний аеропорт, що сприяє розвитку тісних взаємозв'язків з іншими державами. В свою чергу, проведення семінарів, тренінгів, конференцій – це важливий елемент динамічного розвитку будь-якої справи.

Відомо, що в Одесі надають конференц-послуги понад 100 підприємств гостинності, у більшості це бізнес-готелі. Проведений моніторинг та аналіз закладів ресторанного господарства м. Одеса свідчить, що формат В2В є інновацією для міста. У зв'язку з цим доцільним було провести дослідження щодо попиту на послуги такого закладу.

За основу науково-дослідницької роботи було обрано дослідження попиту та аналіз вподобань потенційних споживачів закладів ресторанного господарства, а саме кафе формату В2В. Метою проведення дослідження було визначити чи існує попит на такий формат закладів ресторанного господарства в м. Одеса та які саме послуги для проведення бізнес-заходів доцільно впроваджувати у кафе. Для дослідження вподобань потенційних споживачів було обрано метод анкетування. Основним інструментарієм методу є анкета, що являє собою соціологічний документ, який містить структурно-організований набір питань, кожен з яких пов'язаний з метою та завданням дослідження, що проводиться.

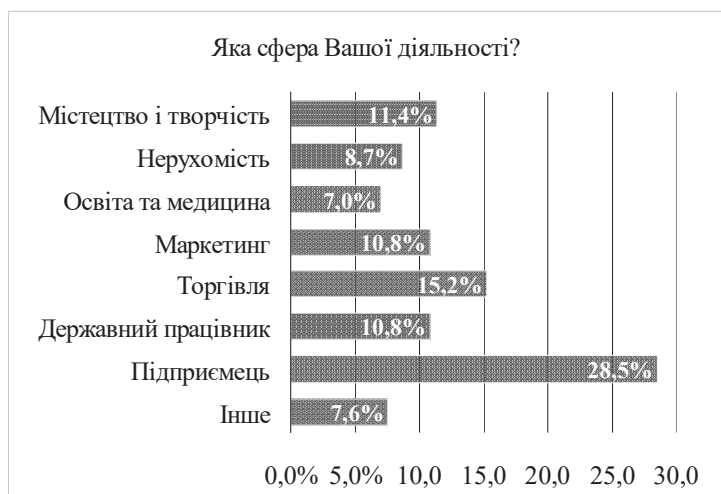


Рис. 1 – Розподіл респондентів за сферою діяльності

урахуванням мети light-дослідження було розроблено опитувальний лист.

До функціональних питань опитувального листа увійшли наступні:

- Заклади ресторанного господарства якої категорії Ви відвідуєте найчастіше?
- Скільки часу зазвичай Ви провидите у закладі ресторанного господарства?
- В який час доби Ви найчастіше відвідуєте заклади ресторанного господарства?
- Яка сфера Вашої діяльності?

— На що Ви найбільше звертаєте увагу при виборі закладу ресторанного господарства?

— Яке Ваше ставлення до кафе формату B2B?

— Чи виникала необхідність в послугах формату B2B саме закладів ресторанного господарства?

— Які послуги закладу ресторанного господарства формату B2B Вам були б цікаві?

— На Вашу думку чи буде мати попит кафе формату B2B?

Завершальна частина опитувального листа складалась з питань, що були пов'язані із соціально-демографічними характеристиками самих респондентів.



Рис. 2 – Розподіл респондентів за оцінкою успішності

Результати анкетування щодо дослідження попиту на кафе формату B2B наведено на рисунку 1-2.

З метою отримання результатів опитування, що найточніше відповідатимуть меті дослідження було обрано респондентів, які в більшості своїй мають відношення до бізнесу.

Анкетування потенційних відвідувачів кафе формату B2B проводилось у Приморському районі м. Одеса. Опитування проводилось у центральній частині міста де розташована значна кількість бізнес-центрів, офісів різних підприємств та установ. З

Відповідно до рис. 1 більшість респондентів (63,2 %) є безпосередньо представниками саме бізнес сфери. На питання, щодо успішності функціонування кафе формату B2B думки респондентів розділилися наступним чином: 14,6 % респондентів вважають, що кафе такого формату не знайде свого споживача взагалі; 56,3 % опитаних вважає, що попит на кафе формату B2B є абсолютно очевидним; 29,1 % респондентів не змогли дати однозначну відповідь за цим питанням, оскільки на

успішність впровадження закладу харчування певного формату впливає низка таких факторів як маркетингова політика закладу, спектр послуг, що надається, та їх якість, меню та якість страв, інтер'єр, а також, в першу чергу, місцерозташування.

За результатами опитування було встановлено, що у 43,6 % респондентів виникала гостра необхідність у послугах закладів ресторанного господарства саме в умовах робочих відносин. Встановлено, що найбільша потреба виникала у проведенні кава-брейку – 32,3 %; доволі часто також виникала потреба у невеликому приміщенні для проведення бізнес-зустрічі, бізнес-тренінгу, бізнес-семінару – 28,1 %; потреба у проведенні бізнес-ланчу та банкетів виникала дещо рідше – 15,4 % і 24,2 % відповідно. Також було досліджено уподобання потенційних клієнтів кафе B2B щодо складових бізнес-ланчів та кава-брейків, їх вартості та особливостей організації обслуговування під час різних бізнес-заходів.

Таким чином, можна зробити висновок, що попит на послуги кафе формату B2B однозначно є, відкриття такого закладу в м. Одеса є доцільним та актуальним але успішність його функціонування багато в чому буде залежати від доречно обраного місцерозташування, широти надання бізнес-послуг, якісного сервісу та грамотної маркетингової політики керівництва закладу.

ЕКСКЛЮЗИВНИЙ ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС СЬОГОДЕННЯ В МІСТІ ОДЕСА

Жовтяк К.О., асистент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Одесу сьогодні вважають перспективним туристичним регіоном, і в період кризи COVID-19 з 2020 року розвиток готельного бізнесу значно знизився, оскільки у більшості готельних підприємств знизився потік туристів. Це негативно вплинуло на прибуток готельних підприємств, адже всі підприємства втратили фінансові прибутки та скоротили штат співробітників. Більшість готелів міста швидко адаптувалися згідно умов адаптивного карантину, пристосувались до провідних тенденцій, створювали ідеї для залучення туристів із різних міст України, покращили сервіс обслуговування.

Щоб зберегти свій бізнес, підприємці готельєри групуючись із іншими бізнесовими офісами, туристичними компаніями, коворкінгами разом зберігають контингент туристів у своїх закладах. При цьому готельєри створюють нові ідеї у вигляді календаря місцевих подій, які зазвичай не відбуваються постійно, і інформують про це туристів на власному сайті готельного підприємства, за допомогою якого повністю залучають нових гостей та жителів міста Одеси. На таких заходах демонструють різні костюмовані фестивалі, проводять майстер класи із виготовленням кулінарної продукції від шефа, виконують музичні композиції із більшої кількості учасників. Наприклад готель М1 який знаходиться на Лідерсовському бульварі, 1 впровадив ментальну та фізичну практику на духовному рівні зі системою психопрактики у вигляді йоги для пар та груп до 5 осіб власне дотримуючись дистанцій та всіх санітарних норм. Більшість готельних підприємств звернулися в соціальні мережі Instagram, щоб розповісти про своє існування, а також запропонувати різноманітні послуги які є у готелі, з здебільшого використовуючи різні контенти. В цій ідеї залучали відомих блогерів, за допомогою яких рекламували проживання і сервіс разом із додатковими послугами.

Попит на внутрішні напрямки для проведення відпусток, навіть попри побоювання підхопити вірус, був вельми стабільним фактично вздовж усього літа – із середини червня до початку навчального року у вересні. Прикладом цього стало відкриття найбільшої

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЯ ВИНА ТА СЕНСОРНОГО АНАЛІЗУ

IMPLICATION OF SENSORY ANALYSIS FOR DESCRIBING THE INFLUENCE OF CULTIVATION GEOGRAPHY ON PECULIARITY LAMB MEAT A. Soletska.....	118
ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ПИВОВАРНОГО ЯЧМЕНЮ ЯК НЕСОЛЮДЖЕНОЇ СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ ПИВА Мельник І.В., Борга А.В., Ульянов М.Д.....	120

СЕКЦІЯ «ТОВАРОЗНАВСТВО ТА МИТНА СПРАВА

ОГЛЯД СВІТОВОГО РИНКУ ЙОГУРТІВ Памбук С.А., Гарбажій К.С.....	122
ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПУ «ЄДИНЕ ВІКНО» Смокова Т.М.....	124
ОСНОВИ ТОВАРОЗНАВЧОГО ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ СРІБНИХ ПРИКРАС Луцькова В.А.....	128

СЕКЦІЯ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС»

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ – СУЧАСНА ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА ОДЕСИ І ОБЛАСТІ Дяконова А.К., Тітомир Л.А, Савенко А.А.....	129
РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 Саламатіна С.Є., Кравчук Т.В., Кравченко Я.В.....	131
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА КАФЕ ФОРМАТУ В2В Кравчук Т.В., Саламатіна С.Є., Кравченко Я.В.....	133
ЕКСКЛЮЗИВНИЙ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС СЬОГОДЕННЯ В МІСТІ ОДЕСА Жовтяк К.О.....	135
ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ Жовтяк К.О.....	136
ПОСЛУГА СОМЕЛЬЄ ТА ЙОГО РІЗНОВИДИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА Новічкова Т.П., Новічков В.К., Асауленко Н.В.....	137
НАЦІОНАЛЬНІ ТРАДИЦІЇ ПРИГОТУВАННЯ ХЛІБОПЕКАРНИХ ВИРОБІВ В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Лебеденко Т.С., Кожевнікова В.О.....	139
ВПРОВАДЖЕННЯ SLOW FOOD ЯК ОДНОГО З ІННОВАЦІЙНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Ткачук О.В., Шапіна О.Ф.....	140
БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: МЕТОДИКА ТА СТРУКТУРА РОЗРОБКИ Іванченкова Л.В., Скляр В.Ю.....	142
ПРОЕКТУВАННЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ЦЕХІВ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА Ряшко Г.М.....	144
АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ ОЗДОРОВЛЕННЯ І ВІДПОЧИНКУ Стрікаленко Т.В.....	146

СЕКЦІЯ «ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС І РЕКРЕАЦІЯ»

ТУРИСТИЧНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ ТИМЧАСОВИХ ТА ТРИВАЛИХ МІЖДЕРЖАВНИХ КОНФЛІКТІВ (НА ПРИКЛАДІ ВІРМЕНІЇ ТА КІПРУ) Меліх О.О., Удовиця О.Ф., Шекера С.С.....	147
ТЕРИТОРІАЛЬНА СКЛАДОВА В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РЕГІОНУ Калмикова І.С.....	148
ОЦІНКА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ Байрачна О.К., Крупіца І.В., Ліганенко М.Г.....	149
РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ОСНОВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ Камушков О.С., Ткач В.О.....	151

СЕКЦІЯ «АВТОМАТИЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА РОБОТОТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ»

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАЛЕЖНОСТЕЙ МІЖ ПОКАЗНИКАМИ ЯКОСТІ БОРОШНА ТА ПІСТА Жигайло О.М., Топор М.М.....	153
--	-----