

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
82 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ УНІВЕРСИТЕТУ

Одеса 2022

Наукове видання

Збірник тез доповідей 82 наукової конференції викладачів університету
26 – 29 квітня 2022 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
Одеського національного технологічного університету,
протокол № 13 від 24.05.2022 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:

Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор
Бурдо О.Г., д-р техн. наук, професор
Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор
Гапонюк О.І д-р техн. наук, професор
Жигунов Д.О., д-р техн. наук, професор
Іоргачова К.Г д-р техн. наук, професор
Капрельянц Л.В., д-р техн. наук, професор
Коваленко О.О., д-р техн. наук, професор
Косой Б.В., д-р техн. наук, професор
Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор
Мардар М.Р., д-р техн. наук, професор
Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор
Павлов О.І., д-р екон. наук, професор
Плотніков В.М., д-р техн. наук, професор
Станкевич Г.М., д-р техн. наук, професор
Савенко І.І., д-р екон. наук, професор
Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор
Ткаченко Н.А., д-р техн. наук, професор
Ткаченко О.Б., д-р техн. наук, професор
Хобін В.А., д.т.н., професор
Хмельнюк М.Г., д-р техн. наук, професор
Черно Н.К д-р техн. наук, професор

5. Рутинський М. Спа-курорт як інноваційний вид рекреаційних закладів і суспільно-географічні тенденції розбудови мережі SPA-курортів у західному регіоні України [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/rutynsky2.htm

6. Данчак І.О., Лукомська Г.В. Формування архітектури SPA-центрів (еволюція розвитку)[Електронний ресурс]. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/danchak.pdf>.

FOOD-ТРЕНДИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ЯК ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ СПАДЩИНИ М. ОДЕСА

**Ткачук О.В., ст. викл., Асауленко Н.В., ст. викл., Щапіна О.Ф., зав. лаб.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

У кожного етносу своя система культури і етикет прийому їжі, способи приготування страв. Усе це зумовлено багатьма чинниками: географічне розташування регіону, у якому проживає народ, історичний розвиток, фізіологічні особливості даного етносу та інші. Так, наприклад, у країнах азіатського типу практично немає кисломолочних продуктів, оскільки цей етнос не може засвоювати лактозу на фізіологічному рівні. Або ж у Скандинавських країнах спостерігається переважання в раціоні населення страв з риби – це зумовлено географічним розташуванням. А кухня Одеського регіону сформувалася завдяки змішанню безлічі культур: української, російської, значною мірою єврейської, грузинської, вірменської, узбецької, болгарської, молдавської та грецької, проте низка страв відрізняється самобутністю.

Сучасне суспільство – суспільство споживання. І в області споживання їжі задіяні мільйони людей та коштів. Будь-яка людина, незалежно від місця проживання, соціального статусу та грошового достатку, купує продукти, щоб готувати вдома, ходить до місць громадського харчування, отримує інформацію про їжу через ЗМІ. Наприклад, зараз активно популяризується правильне харчування та здоровий спосіб життя. Їжа може стати одним із показників того соціального статусу, який займає людина: у яких місцях вона обідає, вечеряє, у яких магазинах купує продукти, і що це за продукти. Також, на популяризацію продуктів та певної їжі впливають і фуд-тренди, які переважно поширюються завдяки соціальним мережам. [2]

Тренди на ресторанному ринку дуже залежать від сегменту, в якому працює заклад. Так, для фаст-фуду актуальні технологічність, тиражованість та базовий підхід до формування страв на основі топінгів. Для закладів сегменту преміум – поєднання практично несумісних смаків, акцент на натуральність та трави. Серед загальних тенденцій експерти відзначають оптимізацію бізнес-процесів, зростання вимог до персоналу. Також у ресторанах частіше стали проводитися сезонні фестивалі та базари.

За допомогою активного розвитку соціальних мереж з'явилася безліч груп, які цікавляться самостійним приготуванням їжі, проведенням майстер-класів і які прагнуть прямого спілкування з учасниками ресторанного бізнесу. Професійні ярмарки та виставки традиційно орієнтовані на бізнес-середовище, тому виникла потреба в аналогічних заходах, що відбуваються у більш неформальній обстановці та розважальному форматі – для широкої аудиторії. Як правило, організатори таких заходів орендують великі паркові зони, на території яких встановлені намети з учасниками – представлені молоді ресторани концепції та малі підприємства, продуктові лавки та майданчики з майстер-класами, також проводяться численні вікторини та розіграші. Серед подібних фестивалів в Одесі на відкритому повітрі: "Цімес Маркет", "Гешефт", "Picnic", "Такі так, смачно", "Дворик". Відвідавши їх, можна скуштувати найкращі страви одеських ресторанів, посидіти за великим столом у колоритному дворі або на природі, послухати місцевих музикантів.

Появі фуд-кортів передували точки, призначені для швидкого харчування відвідувачів різних заходів. Пізніше виникла потреба об'єднати все це в окрему ланку, яка тепер є дуже

серйозною складовою кожної події – сюди приходять спеціально. Так, в Одесі в старій будівлі комерційного банку, на розі вулиць Рішельєвської та Грецької з'явився фуд-маркет, у якому знаходиться 13 кафе та 6 барів, у тому числі й заклади з одеською кухнею. Усі заклади на Миському ринку їжі різнопланові та не конкурують між собою ні за стравами, ні за концепцією. А завдяки тому, що на фуд-корті є заклади зі стравами різних країн, одеська кухня може розширювати свою аудиторію, зацікавлюючи тих відвідувачів, які прийшли поїсти, наприклад, китайські страви.

Як фуд-тренд досить активно розвивається і кошерна кухня, яка у всьому світі вже не вважається лише єврейською – вона набула статусу світової. Основними стимулюючими факторами для появи кошерних закладів та продуктів стало позиціонування кошерної їжі, як чистої та корисної. Прогресивне населення оцінило той факт, що на будь-якій кошерній кухні будь-то ресторан, м'ясний або молочний цех, дотримуються суворих правил щодо відбору інгредієнтів та продуктів, а також ідеальної чистоти та гігієни. Крім цього, вся кошерна їжа піддається обов'язковій сертифікації кашруту. Завдяки цьому сегмент кошерної кухні відносять до преміального. Від розвитку цього напрямку безперечно виграє одеська кухня, на формування якої великий вплив справила єврейська культура. Багато ресторанів одеської кухні можна популяризувати завдяки тренду на кошерну їжу [1].

Цікавою та свіжою є тенденція «крафту» у всьому: посуд, келихи та напої. Це не лише модне явище, а й креативний підхід до скорочення витрат. Ціни на імпорتنі продукти постійно зростають, що стає причиною переходу на локальні продукти, причому не тільки економ, а й преміум-сегменту. Локальні продукти – чудова альтернатива імпортним аналогам. Якщо раніше ресторатори рідко дивилися у бік місцевих фермерів, то зараз настав їхній час. Ресторани одеської кухні якнайкраще сприяють використанню даного тренду: бляшані кухлі, смажена риба в газеті, пиво в дерев'яних бочках, морські мотиви – все це дозволить занурити відвідувачів в одеську культуру і поліпшити враження від самої кухні.

Більшість гостей ресторанів сьогодні приходять із інтернету, тому створити стратегію просування – одне з найважливіших завдань ресторатора. Соціальні мережі – це обов'язкове продовження закладу, а часто й його початок, люди насамперед заходять на сторінку ресторану до Instagram чи Facebook, і потім вирішують, йти туди чи ні. Щоб завдяки соцмережам популяризувати одеську кухню, потрібно подбати як про зовнішній вигляд та привабливість закладу, так і про технологію приготування та подачу самих страв. Вони повинні викликати у відвідувачів позитивні емоції, здивування, нові враження, щоб у гостей закладу з'явилося бажання поділитися своїм досвідом зі своїми підписниками та знайомими.

Таким чином було проаналізовано фуд-тренди та способи популяризації гастрономічної спадщини Одеси за допомогою них. Популяризація їжі – це поєднання атмосфери, смачної оригінальної кухні та дбайливого ставлення до відвідувачів. Люди приходять до закладів ресторанного господарства не лише за їжею, а й за емоціями. Стильний дизайн ресторану одеської кухні з незвичайними деталями буде вигідно відрізняти його від конкурентів, грамотне просування у соціальних мережах привабить клієнтів, а додаткові послуги та розваги залишать приємні спогади [3].

Література

1. Етнічні кухні [Електронний ресурс] : навч. посіб. / А. В. Слащева ; Донец. етн. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. технологій в ресторан. господарстві, готел.-ресторан. справи та підприємництва. – Кривий Ріг, 2020. – Електрон. текст. дані: 159 с.
2. Ткачук О.В., Геращенко О.Є., Т.Є. Лебеденко «Local food» – основа здорового меню сучасного ресторану» Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 14 – 15 квітня 2021). – Суми: ФОП Цьома С. П., 2021. – 188 с.
3. <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГІГІЄНИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ	
Мартиросян І.А., Луцькова В.А.	158
АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ БІОЦИДНИХ ПРЕПАРАТІВ В ТЕКСТИЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ	
Мартиросян І.А., Пахолук О.В.	159
ЯК УКРАЇНА ЗДІЙСНЮЄ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ВОЄНОГО СТАНУ	
Смокова Т.М.	161
РИНОК РОСЛИННОГО МОЛОКА В УКРАЇНІ	
Памбук С.А., Манолі Т.А., Шенгелая М.В.	163

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ЗЕРНОВИХ ВИРОБНИЦТВ»

ДОСЛІДЖЕННЯ І МОДЕРНІЗАЦІЯ ПРИСТРОЮ ГРАНУЛЮВАННЯ КОМБІКОРМІВ	
Алексашин О.В., Гончарук Г.А.	165
ДОСЛІДЖЕННЯ КІНЕМАТИКИ ЗУБЧАТО-ВАЖІЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ ПРИВОДУ СИТОВОГО СЕПАРАТОРУ	
Ліпін А.П., Кара О.Д.	166
МОДЕРНІЗАЦІЯ ФРИКЦІЙНОЇ ЛУЩИЛЬНО-ШЛІФУВАЛЬНОЇ МАШИНИ	
Ліпін А.П., Шипко І.М., Кара О.Д.	168
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКОВОГО ВИЗНАЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ МОНТАЖНИХ ЩОГЛІ	
Солдатенко Л.С., Шипко І.М., Шипко А.І.	170
МЕХАНІЗМИ ПАРАЛЕЛЬНОЇ СТРУКТУРИ В РОБОТОТЕХНІЧНИХ КОМПЛЕКСАХ	
Ягліньський В.П.	172

СЕКЦІЯ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС»

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОСТИННОСТІ	
Асауленко Н.В., Ткачук О.В., Шапіна О.Ф.	174
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ІТ-ІННОВАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
Кравчук Т.В., Скляр В.Ю.	176
АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	
Кожевнікова В.О., Новічков В.К.	178
ЛОГІСТИКА В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Жигулін О.А., Лебеденко Т.Є.	179
ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ СОЛОНОЇ РИБОПРОДУКЦІЇ ДЛЯ РИБНИХ РЕСТОРАНІВ СЕНСОРНИМИ МЕТОДАМИ	
Нікітчина Т.І., Манолі Т.А., Дубкова Т.П., Абдуллах Е.А.	182
ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ГОТЕЛІВ	
Ряшко Г.М., Воскресенська О.В.	184
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ SPA- І WELLNESS-ІНДУСТРІЇ НА КУОРТАХ УКРАЇНИ	
Стрікаленко Т.В.	186
FOOD-ТРЕНДИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ЯК ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ СПАДЩИНИ М. ОДЕСА	
Ткачук О.В., Асауленко Н.В., Шапіна О.Ф.	188

СЕКЦІЯ «ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС І РЕКРЕАЦІЯ»

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ІНДУСТРІЇ	
Байрачна О.К.	190
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	
Добрянська Н.А., Крупіца І.В.	191
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХАРЧОВОЇ БЕЗПЕКИ В СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ	
Калмикова І.С.	193
СФЕРА ГОСТИННОСТІ ДЕСТИНАЦІЇ ТУРИЗМУ ГЛЕНВУД-СПРІНГС	
Орлова М.Л.	194