МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

79 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ

НТБ ОНАХТ

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

© Одеська національна академія харчових технологій, 2019

НТБ ОНАХТ

3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методики аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 395 с.

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ЕТНО-, РЕЛІГІЙНИХ ТА ПАЛОМНИЦЬКИХ ТУРІВ З/НА УКРАЇНИ(У)

Орлова М.Л., к.г.н., доцент, Саркісян Г.О., к.т.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сьогодні більша частина етнічних туристів – це літні особи окремих національностей, які за результатами Другої світової війни добровільно чи примусово залишили СРСР, у тому числі і Україну [1]. Туристські ресурси для етнічного туризму багаті і своєрідні: пам'ятки архітектури, музейні експозиції, архівні матеріали, мальовничі природні місця. У сукупності все це створює сприятливі умови для відпочинку та ознайомлення з історією, культурою, сьогоденням народу.

Ми вважаємо, що помилковою є точка зору про вартість етно-, релігійних та паломницьких турів нижчу, ніж вартість пізнавально-розважальних. Основні країни, з яких подорожують до України – це Ізраїль, Вірменія, Греція, Німеччина, Італія [2]. Що необхідно туристам з цих країн – якість та комфорт, розширення лінгвістичної практики гідів та екскурсоводів, безпека.

Якість. Надавані туристичні послуги повинні відповідати очікуванням і фізичним можливостям споживачів, яким адресується послуга, а також вимогам, які передбачають додаткові зручності для споживачів, привабливість і престижність послуг. До рекомендованих [3] вимог туристичних послуг і умов обслуговування відносяться: відповідність призначенню; точність і своєчасність виконання; комплексність; етичність обслуговуючого персоналу; естетичність. Ця вимога для туристів не є дешевою.

Комфорт та ергономічність. Ці потреби особливо необхідні при обслуговуванні літніх осіб чи туристичних груп, груп, включно інклюзивних.

Розширення лінгвістичної практики гідів та екскурсоводів. Біля 80 % іноземців на території України розмовляють англійською мовою. Але у випадку етнічного туризму багато, хто з відвідувачів, спілкуються російською мовою чи мовою етнічної групи. При побудові туру заробітна платня екскурсоводів, турлідерів чи менеджерів вище при умові спілкування іноземними мовами. Тому ця особливість у формуванні вартості туру суттєва.

Безпека. Яскравим прикладом є паломництво до м. Умань (в більшості з Ізраїлю). Щорічно у вересні під час святкування іудейського Нового року (Рош-а-Шана) хасиди їдуть до могили свого духовного наставника, цадика Нахмана. До районного центру Черкаської області щорічно очікується прибуття близько 35-40 тис. паломників, безпека яких потребує розгорнуто зведений загін у складі до 100 осіб особового складу та близько 20 одиниць пожежно-рятувальної техніки, водолазне відділення, хімічну та піротехнічну групи. Цей приклад, звісно, носить більш державний регіональний характер, ніж вузько-підприємницький, але не може знижувати вартість турів загалом.

Вищенаведене свідчить про складність у формуванні та просуванні означених видів турів, що потребує професійності та досвідченості фахівців з туризму.

Література

1. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К.: Знання, 2011. – 334 с.

2. Рожнова В. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід / В. Рожнова, Н. Терес // Етнічна історія народів Європи. 2013. – Вип.39. – С.35-44.

НТБ ОНАХТ

3. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання / І.О. Сидоренко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. 2005. – Вип.3(46). – С.78-80.

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Шикіна О.В., к.е.н., доцент, Ярьоменко С.Г., к.г.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сфера надання послуг гостинності, що є однією зі складових туристичної індустрії держави, постає бізнесом, який швидко розвивається та приносить значні надходження, у тому числі в іноземній валюті. У багатьох країнах світу існування засобів розміщення туристів завжди вважалося необхідною умовою для задоволення суспільних потреб. Виникнення готелів, яке відбулося ще у стародавності, викликане бурхливим економічним і культурним розвитком суспільства, встановленням господарських, культурних, релігійних зв'язків між окремими регіонами [1]. Однією з основних тенденцій готельної індустрії останніх років стає глобалізація. Все жвавішими темпами розвиваються міжнародні готельні мережі, оскільки саме вони дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування, загальноприйнятий рівень якості та дозволяють знизити ризик банкрутства.

До першого етапу розвитку індустрії гостинності можна віднести готельні мережі, які сформувалися з готельних закладів XIX ст. як результат розвитку залізничної інфраструктури. До другого етапу відносять створення та поширення готельних мереж у результаті зростання авіаційних перевезень у період після Другої світової війни. Найбільша експансія готельних мереж відбулася завдяки американським компаніям, що поширили свою присутність в Латинській Америці (як приклад, Hilton Worldwide). На третьому етапі розвитку готельних мереж ключове місце посідають європейські представники, зокрема, французька мережа «Accor». Характерною особливістю цього періоду розвитку готельних мереж є використання сегментації ринку. На даному етапі швидкими темпами поширюються спеціалізовані, так звані, концептуальні готелі [2]. Одним із важливих трендів новітньої історії розвитку готельних мереж став прорив азіатських готельних мереж. В результаті чого утворився четвертий етап з новою картиною рейтингу світових готельних мереж. Із 2000-х років отримали значного розвитку міжнародні готельні мережі п'ятого етапу, в основі формування яких лежать інновації, збільшення диверсифікація бізнесу, автоматизація обліку, навчання персоналу [3].

Розглянемо стислий нарис створення ключових готельних мереж.

Історія готельного бізнесу Hilton розпочалась у червні 1919 р., коли Конрад Хілтон відвідав техаське місто Сіско та придбав місцевий готель «Mobley». Основні ідеї К. Хілтона знайшли відгук у гостей і невдовзі він був у змозі докупити ще пансіон у Форт-Ворті та два маленькі техаські готелі. До кінця 1923 року у Конрада Хілтона вже налічувалося 530 придбаних номерів. У 1925 було відкрито перший власний готель «Dallas Hilton» у столиці Техасу.

До основних ноу-хау Конрада Хілтона відносять застосування у готельному бізнесі поняття «п'ятизіркового готелю», відкриття першого американського готелю за кордоном, устаткування всіх готельних номерів телевізорами, запровадження послуги з прямого набору міжміських телефонних номерів з номеру, об'єднання готельного та грального бізнесів і приросту доходу через максимальне використання торгових точок.

Стратегія Хілтона полягала у залученні якомога більше грошей для швидкого розширення бізнесу. Портфель компанії, що складається із 17 брендів, включає понад 5284

НТБ ОНАХТ

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
Тітомир 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., Ярьоменко 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 ХЛІБОБУЛОЧНИХ 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 АБРАЗИВНО-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

НТБ ОНАХТ