

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

АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Кожевнікова В.О., к.т.н., доцент, Новічков В.К., к.с.-г.н., доцент
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Стрімкий розвиток економічного і науково-технічного прогресу сучасного світу перш за все пов'язаний з інформаційними технологіями, які мають активний вплив на інші суміжні напрями. Інформаційні технології сьогодення є інструментом удосконалення і підвищення ефективності діяльності підприємств будь-якої сфери господарювання, в тому числі і закладів ресторанного бізнесу.

Серед великого переліку інформаційних технологій, які активно використовуються в комерційній діяльності, важливе місце посідають автоматизовані системи управління виробничих, комерційних та управлінських процесів. Заклади ресторанного господарства є винятком, адже значна частка формування конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства належить до відмінного сервісу та оперативної роботи персоналу, а можливості автоматизації дають змогу оптимально їх поєднувати.

Упровадження авторизованих систем управління можна вважати засобом оптимізації операційних витрат і полегшення роботи персоналу, інструментом пошуку резервів збільшення ефективності діяльності підприємства, а також його адаптації до несприятливого середовища. Автоматизовані програмні комплекси для керування ресторанним бізнесом сьогодні вже є не інноваціями, а вимогою часу, адже саме завдяки їх упровадженню формується гнучкий механізм управління бізнес-процесами та адаптації на ринку сервісних послуг [1].

Рестораторам також слід звернути увагу на інструменти інтернет-маркетингу, що передбачає просування підприємства, його бренду, продуктів і послуг за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється чи оновлюється за рахунок зусиль власників і відвідувачів. Здійснення ефективного соціального медіа-маркетингу є важливим фактором залучення і розширення цільової аудиторії, розроблення, покращення та захисту репутації компанії через формування лояльності споживачів до бренду.

Також, завдяки великій кількості користувачів соціальних мереж і вільному доступу до їх даних відкритою є значна кількість інформації, яку маркетингологи підприємств ресторанного бізнесу можуть використати для стратегічного аналізу й цифрового маркетингу. Перевагами соціального медіа-маркетингу є миттєвий відгук аудиторії та її швидкий аналіз, конкурентна інформаційна розвідка та онлайн-моніторинг цін та дій конкурентів, інформаційний аналіз та аналіз реакції аудиторії, види реклами та способи просування контенту [2].

Пандемія COVID-19 вимусила підприємства ресторанного бізнесу розробляти нові механізми збереження життєздатності та адаптації до нових реалій зовнішнього середовища. Так, набуло популярності використання безконтактних електронних меню, що дозволяють споживачам зробити замовлення страв та напоїв за допомогою мобільних додатків та QR-кодів.

Використання інтерактивного електронного меню дозволяє споживачам зробити замовлення страв та напоїв не чекаючи офіціанта, самостійно та швидко отримати додаткову інформацію про кулінарну продукцію закладу: склад інгредієнтів, рецептуру, енергетичну цінність, спосіб приготування тощо. Також, відкриваються нові можливості для проведення рекламних акцій: можна ефективно представити свій бренд, представити асортимент фірмових страв і напоїв, а використання спеціальних модулів інтерактивного меню, що рекламують послуги партнерів (наприклад, салону краси або закупівельної продукції компанії-партнера) можуть стати додатковим джерелом доходу [3].

Використання QR-кодів дозволяє за допомогою смартфона відсканувати безліч інформації – історію закладу, авторство унікальних деталей інтер'єру, меню з детальною

інформацією про страви. За допомогою QR-кодів ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, реалізовувати програми лояльності, влаштовувати інтерактивні опитування та голосування, отримувати відгуки про ресторан від клієнтів, познайомити відвідувачів ресторану із сайтом закладу, запросити приєднатися до груп у соцмережах і підписатися на інформаційну розсилку [4].

В результаті карантинних обмежень, спричинених пандемією коронавірусу, та початку бойових дій 24 лютого 2022 року, значна частина ресторанних підприємств здійснила реінжиніринг основних бізнес-процесів з акцентом на формат адресної доставки кур'єром або самовивозу страв і напоїв. Важливою складовою впровадження послуги доставки страв також є використання інформаційних технологій для організації онлайн-замовлень та надання споживачам актуальної інформації щодо меню, запропонованих послуг та умов роботи закладу.

З огляду на те, що на сучасному етапі розвитку сфера ресторанної індустрії є глобальним комп'ютеризованим бізнесом, який базується на інтернет-технологіях та альтернативних online-сервісах, у сучасних умовах вони мають бути максимально задіяні в діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Інформаційні технології сьогодні, як ніколи раніше, стають все більш цінним ресурсом у підприємствах ресторанного бізнесу, допомагаючи рестораторам не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку.

Література

1. Сидорук А.В., Омеляненко Г.А., Серeda I.B. Автоматизація системи управління закладами ресторанного господарства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2021. – Вип. 5 (32). – С. 76-82.
2. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Економіка та управління підприємствами. 2020. – № 42. – С. 117-122.
3. QR-menu. Interactive electronic menu. URL: <https://qrmenu.biz/en>
4. Будякова О.Ю. Технології інформатизації індустрії гостинності. Мат. І Всеукр. наук.-практ. конф. "Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні". Херсон: ХДАЕУ, 2021. – С. 298-300.

ЛОГІСТИКА В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

**Жигулін О.А., д.е.н., доцент, Лебеденко Т.Є., д.т.н., доцент
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Логістика в умовах глобальної кризи використовується для досягнення конкурентоспроможності, яка є вищою ланкою економічної ефективності готельно-ресторанного бізнесу. У словниках і науковій літературі логістика визначається як метод управління: потоковими процесами, а також процесом прийняття управлінських рішень [1].

Оскільки метою логістики є таке результативне явище, як конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, то її треба застосовувати системно й послідовно у залежності від функцій за ланками ланцюга додавання продукту споживчої цінності (рис. 1)

Алгоритм формування логістичної системи управління підприємству сфері готельно-ресторанного бізнесу за ланками ланцюга додавання послугам споживчої цінності.

Між статичними величинами запасів і динамічними характеристиками потоків існує тісний взаємозв'язок: потік характеризує процес зміни запасу, тоді як запас відображає результат зміни і накопичення потоку. Запаси й потоки безпосередньо впливають на конкурентоспроможність підприємств. За допомогою логістики усуваються непродуктивні й

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГІГІЄНИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ	
Мартирисян І.А., Луцькова В.А.....	158
АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ БІОЦИДНИХ ПРЕПАРАТІВ В ТЕКСТИЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ	
Мартирисян 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 КУРОРТАХ 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