

**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

- низький рівень технічного забезпечення сільськогосподарського виробництва, відсутність системного підходу в оновленні матеріально-технічної бази;
- збитковість та неконкурентоспроможність малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників;
- безсистемність та низька ефективність в управлінні історико-патріотичним потенціалом району.

Проведений аналіз вказує на депресивність району, але одночасно дає основу для побудови концепції та стратегії його розвитку. Користуючись перевагами географічного, історичного, етнографічного впливу на розвиток сільських територій, ми можемо стверджувати, що бажання мешканців, територіальної громади, її керівників покращити рівень життя та туристської привабливості обґрунтовано. Наукова складова такого обґрунтування залишається в систематизації дій бізнесменів, підприємців, жителів навколо існуючого Центру етнографічного, сільського зеленого туризму та сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова».

### **Література**

1. Паспорт Одеської області 2017 рік. Одеська державна адміністрація. – Електронний ресурс. – [Режим доступу] – <https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5ad4588a865b7.pdf>
2. Звіт про виконання Програми соціально-економічного та культурного розвитку Тарутинського району за 2017 рік. – Електронний ресурс. – [Режим доступу] – <http://tarutino-rda.odessa.gov.ua/ekonomka-bznes-rozvitok-nfostrukturi/socalno-ekonomchnij-ta-kulturnij-rozvitok-rajonu/zvt-pro-vikonannya-programi-socalno-ekonomchnogo-ta-kulturnogo-rozvitku-tarutinskogo-rajonu-za-2017-rk/>
3. Andrews, Kenneth Richmond, 1916-2005. Concept of corporate strategy. Homewood, Ill., Dow Jones-Irwin, 1971. – (ОCoLC)706015465.

## **СУТНІСТЬ АДАПТАЦІЇ ПАКЕТНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА АЛГОРИТМ ЇЇ ПРОВЕДЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРФІРМ**

**Меліх О.О., д.е.н., доцент, Трішин Ф.А., к.т.н., доцент, Жигайло О.М., к.т.н., доцент  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

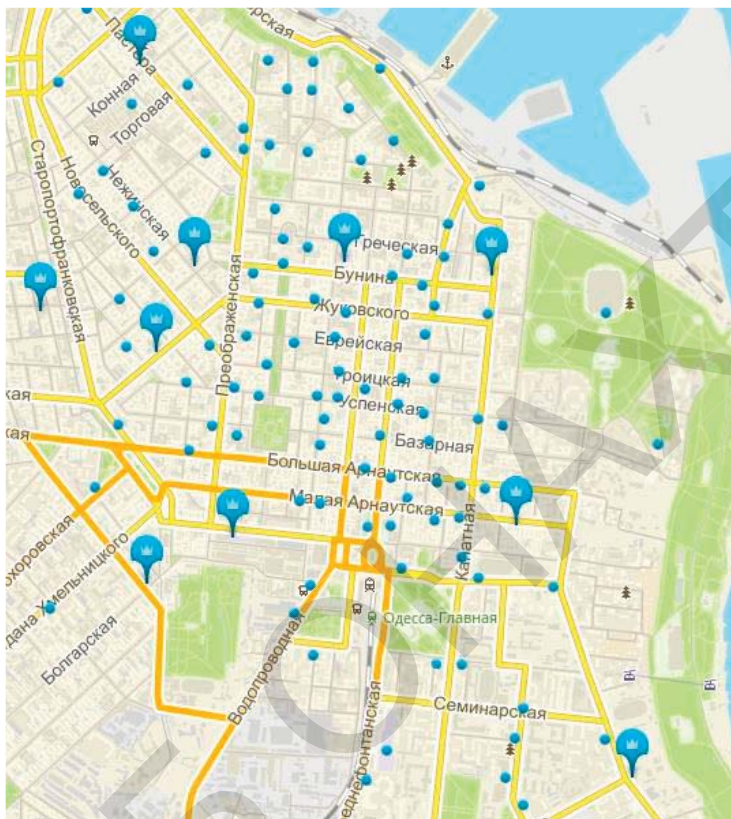
Не можна не радіти за те, що кількість туристичних компаній (фірм, агенцій, підприємств, бюро) в Україні збільшується щорічно. Туристичний бізнес сьогодні перебуває в дійсно жорстких конкурентних умовах, в умовах достатньої насиченості виїзних туристичних продуктів, в початкових умовах формування вітчизняних туристичних продуктів, в умовах підвищення зацікавленості бізнесу та інвесторів у створенні українського туристичного бренду.

Згідно діючому сьогодні Закону України «Про туризм» [1] термін «туристичний продукт» («туристичні послуги») носить комплексний характер. Тому стає питання, навіщо вводити термін «пакетні туристичні послуги» як складне поняття. Але ж в цьому і визнається особливість туристичного бізнесу, з одного боку, в ньому є ознаки купівлі-продажу, як в інших випадках купівлі-продажу послуг чи товарів на ринку, з другого боку, набір чи комплексність турпродукта чи турпослуги і є конкурентною перевагою для гравців ринку та елементом туристської привабливості.

На рис. 1 відображено велика кількість туристичних компаній, які в м. Одесі пропонують надання туристичних послуг (на мапі відображено синім кольором). Але мешканці міста можуть користуватися не тільки послугами цих фірм. Все більша кількість подорожуючих користуються web-додатками, розташування офісів яких не має значення для покупців турпослуг. Це означає, що конкурентні відносини між продавцями на ринку дійсно жорсткі.

Насправді, як і завжди, основними критеріями здійснення купівлі, покупці визнають ціну та якість [2-3]. Але якщо ціна більш конкретна категорія, то якість має для кожного свій набір характеристик.

Нами пропонується такий елемент підвищення якості надання турпослуг як «конструктор». Ідея впровадження «конструктора» використовується сьогодні деякими компаніями: «Mouzenidis travel», «Onlinebistro», «Geotravelclub» та ін. Але в значній більшості пропонується поєднання послуг трансферу, оренди автомобілів, бронювання місць ночівлі, медичного страхування за ціною сумарною від усіх наданих видів послуг.



**Рис. 1 – Мапа м. Одеси із нанесенням туристичних компаній (фірм, агенцій, підприємств, бюро)**

Web-додаток «конструктор» туристичних послуг надає можливість в поняття якості користувачу (подорожуючому, туристові, споживачу) включити в комплекс бажаного основного турпродукта необхідні елементи: екскурсії, дегустації, відвідування музеїв, пригоди, спортивну складову, ділову зустріч та ін. Такий додаток одночасно із додаванням чи відніманням елементів пакетних послуг буде змінювати ціну продукту, при чому в більшості випадків повинен її знижувати для того, щоб підвищити рівень конкурентоспроможності. Таким «конструктором» можна адаптувати набір пакетних послуг туристичної компанії до потреб і бажань клієнтів.

Тому вважаємо розширення елементів додаткових пакетних послуг із зниженням первинної ціни базового туру за мету, досягнення якої дозволяє адаптувати процес продажу турпродуктів і підвищити їх якість.

### **Література**

1. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України, 1995, – N 31. Електронний ресурс. – [Режим доступу] – <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-turizm-vidomosti-verhovnoji-1995.html>
2. Туризм в Україні: словарь-справочник / [авт.-сост.: В. О. Соловьев и др.]; Междунар. Славян. ун-т. – Х.: Мачулин Л.И., 2008. – 223 с.



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 екскурсіводів, 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 екскурсіводів. 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 екскурсіводів, 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.

## 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., 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 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 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