

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Матеріали Всеукраїнської  
науково-методичної конференції  
(10 - 12 квітня 2019 року, м. Одеса)**



У збірнику опубліковано матеріали Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти», яка проходила 10 - 12 квітня 2019 року на базі Одеської національної академії харчових технологій.

Для педагогічних та науково-педагогічних працівників, докторантів, аспірантів, усіх, хто цікавиться питаннями забезпечення якості вищої освіти.

**Рекомендовано до друку Оргкомітетом Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти»**

**Редакційна колегія:**

- Сгоров Б.В.** - ректор Одеської національної академії харчових технологій, д. т. н., професор (голова редакційної колегії)
- Тришин Ф.А.** - проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, к. т. н., доцент (заступник голови редакційної колегії)
- Мардар М.Р.** - проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, д. т. н., професор
- Кананихіна О.М.** - проректор з науково-педагогічної та виховної роботи, соціальних питань, оздоровлення і спорту, к. т. н., доцент
- Мураховський В.Г.** - директор Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти, к. ф.-м. н., доцент
- Волков В.Е.** - д. т. н., професор кафедри Вищої та прикладної математики
- Корнієнко Ю.К.** - директор центру дистанційної освіти, к. ф.-м. н., доцент
- Радіонова О.В.** - к. т. н., доцент кафедри Технології вина та енології
- Купріна Н.М.** - декан факультету економіки, бізнесу і контролю, к. е. н., доцент
- Хобін В.А.** - директор Навчально-наукового центру інформаційних технологій, д. т. н., професор
- Сярова А.С.** методист Навчально-методичного центру забезпечення якості вищої освіти

**Оргкомітет Всеукраїнської науково-методичної конференції «Забезпечення якості вищої освіти» може не поділяти думку учасників. Відповідальність за зміст і достовірність поданого матеріалу несуть учасники.**

2. Про національну програму інформатизації: Закон від 01.07.2014 р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>.

3. Інформаційні технології в навчанні: / за ред. Морзе Н.В. К.: Видавнича група ВНУ, 2004. 240 с.

4. Биков В.Ю., Кухаренко В.М., Сиротенко Н.Г. Технологія розробки дистанційного курсу: навчальний посібник. К.: Міленіум, 2008. 324 с.

## **ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

**О.В. Шикіна, С.Г. Ярьоменко**

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 ХІХ 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 «Ассог». 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 року, 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 році 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 власних, керованих і таких, що працюють за франшизою готелів і таймшерів, які налічують понад 856115 номерів і розташовані в 105 країнах та регіонах світу.

Джон Вілард Маріот разом із дружиною Еліс у 1927 р. розпочав продаж пива у кіоску A&W Root Beer у Вашингтоні та запропонував у 1937 р. годувати пасажирів під час перельоту. 1957 р. Маріот відкрив перший готель Marriott.

У 1981 р. був відкритий сотий готель під назвою «Marriott», а у 2000 р. - двохтисячний. У середині 80-х років ХХ ст. компанія витратила на будівництво готелів щорічно понад 1 млрд. \$, до 1989 р. вона відкривала нові готелі щотижня, і вони відразу заповнювалися, тарифи на проживання зростали, ціни на акції «Marriott» стрімко збільшувалися. Упродовж 1980-х років доходи й активи компанії щорічно зростали на 20%.

У 2015 році Marriott поглинула Starwood Hotels & Resorts. Американська мережа готелів Marriott входить до п'ятірки найбільших та найпотужніших готельних мереж світу. Мережа Marriott International налічує 6333 готелів, лєвова частка з яких належить до франшизних готелів, та оперує 30 брендами в 127 країнах і регіонах світу. Бренди Marriott розраховані на задоволення потреб гостей різних класів.

InterContinental Hotels and Resorts - міжнародна мережа готелів, що належить британській компанії InterContinental Hotels Group. До мережі відноситься 5348 готелів у 103 країнах світу.

Історія мережі почалася 1946 року, коли відкрився перший готель під маркою InterContinental у місті Белен у Бразилії. Готель був відкритий

авіакомпанією Pan American під керівництвом Хуана Тріппа і призначався для розміщення членів екіпажів та пасажирів літаків компанії.

Кількість готелів мережі зростала по всьому світу з розширенням маршрутів авіакомпанії, і в 1973 році один із готелів був відкритий у США - для цього був узятий в оренду історичний готель Mark Hopkins Hotel у Каліфорнії.

1981 року мережа була продана компанії Grand Metropolitan, 1988 року перейшла до японської компанії Saison Group, а 1998 року - до пивоварної компанії Bass Brewery, у 1988 р. InterContinental поглинула Holiday Inns.

Ассог за більше, ніж 40 років своєї роботи, задіяла 4283 готелів у 95 країнах світу. Обсяг продажів мережі склав у 2002 році 7.139 млрд. євро. Ассог - це готелі всіх категорій від 1 до 5 зірок, це друга за величиною світова мережа туристичних агентств, 3-я за величиною у Франції мережа казино [4].

Ассог є абсолютним лідером серед європейських компаній, що діють у готельному бізнесі. Загальний обсяг доходів в усіх напрямках діяльності 2000 року склав 7007 мільйонів євро, із яких 68% доводяться на готельну діяльність.

Однією з особливих характеристик Ассог є той факт, що вона працює в усіх сегментах готельного бізнесу.

У Європі перебуває 49% усього номерного фонду Ассог, у США - 34%, 17% - в інших регіонах світу. При цьому міжнародна експансія здійснюється в основному в економічному сегменті готелів, питома вага яких у загальному потенціалі групи становить 57%.

Ключовим ринком для компанії була й залишається Європа, при цьому центральне місце в інтересах Ассог займали такі країни, як Іспанія, Польща, Німеччина, Велика Британія та Італія.

### **Література**

1. Шикіна О.В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидат економічних наук: 08.00.04. Одеса, 2015. 317 с.

2. Шикіна О.В., Фадєєва Г.І. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 6. С. 207-214.

3. Литовка А.О., Шикіна О.В. Класифікація інноваційної діяльності туристичного підприємства // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 14. С. 416-420.

4. Гончаренко Я.Є. Тенденції розвитку готельної індустрії Італії / Гончаренко Я.Є., Шикіна О.В. // Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної трансформації економіки України. Одеса: ОНПУ, 2018. 202 с.

Технологія використання проектної методики у навчанні іноземних мов на молодших курсах ЗВО	
<b>О.С. Зінченко, С.Я. Маслово, А.В. Руда</b> .....	<b>107</b>
Рекомендації ради Європи щодо вивчення та викладання іноземної мови	
<b>М.Л. Яковлєва</b> .....	<b>109</b>
Застосування когнітивних та креативних методів при вивченні дисципліни «Дизайн об'єктів готельно-ресторанного господарства»	
<b>С.Є. Польова</b> .....	<b>111</b>
Методологія мобільного навчання	
<b>О.О. Ємонакова, В.В. Новосельцева</b> .....	<b>112</b>
Етапи формування готельних мереж як складової туристичного бізнесу	
<b>О.В. Шикіна, С.Г. Ярьоменко</b> .....	<b>114</b>
Особливості викладання циклу біологічних дисциплін для біотехнологів	
<b>Л.В. Капрельянц, Л.М. Пилипенко, Т.О. Велічко, О.О. Килименчук, Н.О. Швець, Л.Г. Пожіткова</b> .....	<b>117</b>
Метод критичного мислення в курсі «Проектування підприємств галузі з основами САПР з КП»	
<b>Т.А. Манолі, Т.І. Нікітчина, Я.О. Баришева</b> .....	<b>117</b>
Шляхи методи залучення студентів до здійснення науково-дослідної роботи	
<b>І.О. Климентьєва</b> .....	<b>119</b>
Дисципліна «Основи наукових досліджень» як обов'язкова складова при здобутті вищої освіти	
<b>С.П. Решта, О.В. Бочарова, О.І. Данилова</b> .....	<b>121</b>
Методика демонстрування пристроїв при вивченні електротехніки	
<b>Т.А. Ревенюк</b> .....	<b>122</b>
Про зміст і структуру викладу курсу Прикладної механіки	
<b>А.Г. Аванес'янц</b> .....	<b>124</b>
Удосконалення методики навчання вищої математики формуванням евристичних навичок	
<b>А.В. Вітюк, В.Х. Кирилов, Н.В. Нужна</b> .....	<b>125</b>
Передумови сталого розвитку закладів вищої освіти регіону	
<b>В.А. Самофатова</b> .....	<b>128</b>
Ключові аспекти щодо підвищення якості вищої освіти	
<b>О.П. Ощепков, С.О. Магденко</b> .....	<b>129</b>
Проблеми перекладання української мовою російських дієприкметників на -щий	
<b>О.І. Южакова, І.В. Лакомська</b> .....	<b>130</b>
Шляхи забезпечення якості вищої освіти	
<b>О.В. Євтушок, Л.А. Бахчиванжи, Р.Р. Значек</b> .....	<b>133</b>
Проблема формування історичної пам'яті у контексті забезпечення якості вищої освіти	
<b>О.Г. Шишко</b> .....	<b>136</b>
Про гуманізацію навчання у технічних закладах вищої освіти	
<b>А.О. Соловей, О.М. Кананихіна, Т.С. Ботіка</b> .....	<b>137</b>