

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Факультет Інноваційних технологій харчування і
ресторанно-готельного бізнесу

**ЗБІРНИК
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**VI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів,
аспірантів і молодих учених з міжнародною участю**

**«ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ»**

29 березня 2017 р.

Одеса

ТЭС

2017

УДК 640.41:349.9:316.4
ББК 65.432

Керівництво оргкомітету:

Дишкантюк О.В. – к.т.н., доцент, декан факультету Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу.

Заступник голови:

Д'яконова А.К. – д.т.н., професор, зав. кафедри Готельно-ресторанного бізнесу.

Склад оргкомітету:

Тележенко Л.М. – д.т.н., професор, зав. кафедри Технології ресторанного і оздоровчого харчування;

Салавеліс А.Д. – к.т.н., доцент кафедри Технології ресторанного і оздоровчого харчування;

Коваленко Н.О. – к.т.н., доцент, заступник декана факультету Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу;

Саламатіна С.Є. – к.т.н., доцент, заступник декана факультету Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу;

Редакційна колегія:

Стрікаленко Т.В. – д.м.н., професор кафедри Готельно-ресторанного бізнесу;

Коваленко Н.О. – к.т.н., доцент, заступник декана факультету Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу;

Федосова К.С. – к.т.н., доцент кафедри Готельно-ресторанного бізнесу;

Медведюк А.І. – голова студентського самоврядування факультету Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу.

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених з міжнародною участю (29 березня 2017) / Одеська національна академія харчових технологій. – Одеса: Фенікс, 2017. – 144с.
ISBN 978-617-7337-59-0

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами VI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених з міжнародною участю «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась у Одеській національній академії харчових технологій, 29 березня 2017 р.

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних даних відповідає відповідність несуть автори

Одеська національна академія харчових технологій
важливе завдання захисту та розвитку національної культури, проведенні раціональної державної політики, спрямованої на зміцнення світоглядних основ суспільства з урахуванням традиційних українських цінностей. Почався новий етап розвитку українського суспільства. Україна стала суверенною демократичною державою, розгорнулися радикальні реформи. Головною особливістю цього періоду можна вважати його перехідний характер. У суспільстві склалася нова соціокультурна ситуація, яка характеризується іншими соціально-економічними умовами, формами власності, характером стосунків між людьми, соціальною структурою, системою цінностей. Принципово новий статус отримала національна культура. Сьогодні такі зміни відбуваються на тлі політичної та економічної кризи, яку переживає Україна, починаючи з кінця ХХ – початку ХХІ ст. [3].

Завдяки інформаційній революції, що розгорнулася на тлі процесів глобалізації, можна говорити про те, що Україна (суспільство) вступає у нову стадію свого розвитку. Сучасні досягнення у сфері розвитку інформаційних і комунікаційних технологій сприяють формуванню зовсім нових культурних, соціальних і економічних відносин у житті людей, які характеризуються єдиним поняттям – «глобальне інформаційне суспільство». Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій несе в собі значні зміни в соціально-культурному та політичному житті суспільства. По-перше, з'являється можливість оперативного доступу максимального числа людей до великого обсягу аналітичної інформації. По-друге, сучасні технологічні можливості дозволяють кожному громадянину з відносно мінімальними витратами звернутися до необмеженої аудиторії та висловити власну думку з того або іншого питання [4].

Саме мистецтво здатне збагатити внутрішній світ людини, надати їй всебічні знання. Це і мистецькі твори, і багатий історичний матеріал, і культурна спадщина українського і інших народів, які населяли або населяють сьогодні нашу планету. Природа культури і мистецтва засновується не лише на реалізмі відображення тих чи інших історичних подій, але й відображення безлічі другорядних, та не менш важливих обставин, обставин життя людини, її вчинків, її характеру і її поведінки у різних умовах.

Важко переоцінити значення культурної спадщини, та інтерес до мистецьких творів ніколи не погасне. Багатющий скарб звичаїв нашого народу ми отримали в спадок і мусимо зберегти його та, нічого не втративши, передати нашим дітям, щоб не перервався зв'язок поколінь, щоб зберегти генетичну пам'ять нашого народу. Той, хто не знає своєї культури, цурається мови, не може з пошаною ставитись і до культури інших народів. Адже саме мистецтво в життя людини вносить красу і гармонію, саме воно є джерелом культурного і естетичного виховання гідної особистості. Саме культурна спадщина надихає людину на добрі справи і вчинки, і тому кожен з нас повинен знати її, любити і вивчати [5].

1. Традиції та звичаї українського народу: святково-обрядова культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://7chudes.in.ua>. – Назва з екрану.
2. Сміт Ентоні Д. Національна ідентичність. – К.: Основи, 2000.
3. Забута Т. Розвиток національного інформаційно-культурного простору у контексті закону України «Про національний культурний продукт» [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://mdgukid.at.ua/publ/rozvitok_nacionalnogo_informacijno_kulturnogo_prostoru_u_konteksti_zakonu_ukrajini_pro_nacionalnij_kulturnij_produkt. – Назва з екрану.
4. Інформаційне суспільство як мережево-комунікативний простір управління [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/4730>. – Назва з екрану.
5. Удовиченко Б. Проблеми та перспективи розвитку української культури [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://h.ua/story/306255>. – Назва з екрану.

Ilchuk Kateryna, BSc in Hotel and restaurant business»,
Scientific supervisors:
Dr. Kateryna Fedosova, PhD Associate Professor,
Odessa National Academy of Food Technologies, Ukraine
Prof. Goretti Silva, Professor in the area of Tourism Studies,
Polytechnic Institute of Viana do Castelo, Portugal

CULTURAL QUARTER DEVELOPMENT AS AN INNOVATIVE SOLUTION FOR HOSPITALITY INDUSTRY IN ODESA

This work represents features of entrepreneurship and development strategies of certain areas of hospitality industry. Beside international experience, some examples of advanced application of successful practical patterns are seen in the national economy development. Recently, the innovative concept of creating cultural quarters in the part of a city with association of local hospitality industry becomes a vital crisis solving decision for boosting city economy. While Montgomery, Wansborough and Mageean describe cultural quarters an aspect of urban development, a big verity of authors sees this concept, first of all, in a prospective of tourism, restaurant and hotel businesses. Among such authors, this work rely on considerations of main observation points of Slattery's, Rusu's, Shaw's and Xie's contributions.

[Wansborough and Mageean, 2000] defines a cultural quarter as a "distinct and spatially limited area that contains a large number of cultural activities and facilities compared with other areas". The most great cities have identifiable quarters which artists and cultural entrepreneurs, for example, Soho in London, New York's Lower East Side, Left Bank in Paris. Such places have a long history and appear to have happened by accident, or at least in the general development of a

city over time. What is new about the development of cultural quarters in more recent times is that they have been (and are being) used as a deliberate model for urban regeneration of declining inner urban areas. In other words, they have been adopted as policy mechanisms for urban regeneration [Montgomery, 2003].

Among other examples, there are LXfactory – cultural quarter in Lisbon, Portugal and Westergasfabriek – event center in Amsterdam, Netherlands. Xie, P. F. at Alma Tourism Special Issue N. 3, 2014 says that those both places were occupied factories with highly poor environment around, but were transformed by municipality support to incorporate a great variety of leisure and entertainment elements ranging from bars, restaurants, retail spaces to arts studios. Those places impact into sustainable development and show how such cultural heritage can take on a new product-led dimension and create settings for tourism and arts performance.

[Shaw, 2004] says that over the past decades, disadvantaged, multicultural districts of cities in Europe have been selected, developed and marketed as new destinations for leisure and tourism. The author sees transforming abandoned districts into cultural quarter as an innovative instrument of creation tourism destination and improving level of hospitality in cities in general. Built environment, along with markets, festivals and other events in such new public spaces is a platform for consumption and powerful resource for city economy. An emerging visitor economy is essential for model of market-led regeneration.

A concept of cultural quarter has already been successfully implied in Ukraine. There is an Art-zavod Platforma, a district that used to be an abandoned factory in Kiev. Otherwise, two years ago it stated to be developed into cultural association. Panasiuk Oleksandra for an Internet journal Dream Kiev writes that during these two-years long revitalization, the Art-zavod Platforma managed to hold about 200 events of various sizes, arranged over 150 music performances, presented 500 art installations. There are several concert and event halls, nightclub, art galleries, park, food court and tourism center. This project is still in a stage of early development, but it has a good prospective for sustainable tourism and economy boost of the city.

Odesa consists of important background for revitalization of districts that are abandoned or half-abandoned, industrial complexes and factories. All such tangible resources may be used as an application of a concept of creation cultural quarter as one of possible opportunities of incipience of sustainable development in Odesa. At least one place for such reconstruction has been already spotted by urbanist Sasha Goreniuk, who proposed an idea of renovation of Devolanovsky descent, street in the historical center of Odesa, into cultural quarter. On his blog, the urbanist says that the street has a potential to become all seasonal alternative of resort Arcadia. The idea is to reconstruct all buildings into event, gastronomy, culture, art, tourism attraction. According to the decision of the Odesa City Council: About Claim of Program the Development of Tourism in the City Odesa in

2016-2020 years, tourist industry is a strategic area of the city growth. Tourism industry is the most decisive factor that influence both hospitality industry and economy of city.

Tourism, which is a significant component of the hospitality industry, has become the largest industry in the world and projections of long-term growth and development worldwide are higher than for any other industry [Slattery, 2002]. In the article [Rusu, 2012], the author explains that for better understanding the hospitality we must understand what means providing food, drink and accommodation in a different way: hospitality is a relationship that is established between hosts and guests, a tourist destination should help entrepreneurs to start new businesses.

Not only unique urban landscapes, but also residential hospitality industry enterprises becomes the destination point by visitors of cultural quarters [Shaw, 2004]. Visitors of cultural quarter are attracted by street markets, festivals, music and other performance art, bars, clubs and late-night entertainment. And the appropriate concentration of them is an essential goal to attract more consumers and therefore more investments. A positive interpretation is that, with appropriate business advice, entrepreneurs from hospitality businesses will prosper by developing niches in this heterogeneous market. With proper education in hospitality sphere, city residents could find work in a growing sector of tourism using facilities of an exact cultural quarter.

Within implying business ideas in Odesa, new uses for old buildings will impact both in urban landscapes development and economy of the city. Partnerships between public, private and not-for-profit organizations will establish the necessary enrolment and facilities to upgrade the city economy, perusing benefit local users as well as visitors who enter cultural quarter. Reconstruction of some abandoned parts of the city can change an inherent seasonality and attract variety of international tourist groups. Space of restaurants, exotic bars are accentuated with creation an ambience friendly attitude to leisure and tourism consumption. Innovative changes have to be made in tourism and urban development of the city to improve hospitality industry. Engaging variety of businesses of hospitality industry into cultural quarter, in sustention of municipality and international investors, tend to find a solution for both urbanization and economy sector of Odesa.

References

1. Rusu S., Isac F., Cureteanu R., (2012), Hospitality Industry and Tourism, *Lucrări Științifice, Seria I, Vol. Xvi* (4).
2. Shaw S., Bagwell S., Karmowska J., (2004), Ethnoscapes as Spectacle: Reimagining Multi-cultural Districts as New Destinations for Leisure and Tourism Consumption, *Urban Studies*, September 2004, vol. 41, no. 10, pp. 1983–2000.
3. Slattery P., (2002), Finding the Hospitality Industry, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, vol. 1, no. 1, p. 21.

4. Wansborough, M., Mageean, A., (2000), The role of urban design in cultural regeneration, *Journal of Urban Design*, 5(2), pp. 181–197.

5. Montgomery, J., (2003). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 1: Conceptualising cultural quarters, *Planning, Practice & Research*, November 2003, vol. 18, no. 4, pp. 293–306.

6. Xie P.F., (2014), Deterritorialization and Reterritorialization: Sustainable Industrial Heritage Tourism, *Alma Tourism Special Issue*, no. 3, 2014, pp. 67-68.

7. Потапський О., (2016), Програмарозвитку туризму в м. Одесі на 2016-2020 роки, Рішення Одеської міської ради № 267-VII від 03.02.2016р.

8. (April 2011) Подмостовье, [Online], <http://sashagoreniuk.com/podmostovie>, [7 March 2017].

9. (26 July 2016) Досвід: Як покинутий комбінат перетворився на «Арт-завод Платформа», [Online], <http://dreamkyiv.com/art-zavod-platforma>, [7 March 2017].

Zubko Iryna, BSc in Hotel and restaurant business», Scientific supervisors:

Dr. Kateryna Fedosova, PhD Associate Professor,

Odessa National Academy of Food Technologies, Ukraine

Suzanne Wells, Lecturer in School of Tourism and Hospitality,

University of Wales Trinity Saint David, United Kingdom

AN INVESTIGATION INTO UKRAINIAN MUSIC FESTIVALS PRACTICE BY ANALYZING FESTIVAL INDUSTRY IN THE UNITED KINGDOM

This work represents the current situation in the music festivals industry of the United Kingdom, discuss it's the cultural and socio-economic impacts and highlights the strong sides of UK festivals market. Besides this, analogies with Ukrainian music festivals have been drawn and recommendations for implementing good practices from UK done. The study mostly includes examples of commercial major music festivals. In today's situation of "hypereventfulness" or "hyperfestivity" [Richards 2015, p. 245], events studies transformed into a separate science with its own theories and literature. Therefore, the research involved reading works on a common events management theory from such authors as Getz, Bowdin, Bladen et al., Goldblatt and more specific studies on festivals impacts of Picard and Robinson, Newbold et al., Gibson and Connell, Yeoman et al.

Picard and Robinson [2006] discussed, that nowadays festivals are playing a significant role in both domestic and international tourism, naming this phenomenon 'festival tourism'. Weather it is traditional celebration or a planned commercial event, festival is a 'product', desired by tourists. Bladen et.al. [2012] names cultural events and festivals the major industry sector, which creates a significant impact on tourism and service economies. In the study about popular music festivals

[Gibson and Connel, 2011], the value of festivals is represented by performance itself, tourists attraction, economic development and opportunity to express political and social statements. Coming to the certain area for a festival, people become not only audience for this event, but also for local environment, which includes hotels, cafes, bars and museums.

United Kingdom is a perfect example of success in this industry, having more than 600 annual music festivals on the market with such giants as Glastonbury, Reading and Leeds, Download, V-festival. According to statistical website 'Statista', music tourists spending's at UK festivals reached 1,736 million GRB by 2014 year, with the average spending of 751 GRB from overseas tourists. Glastonbury festival of music and contemporary performance art deserves special attention. Holding annually since 1970 on farm in the South-West of UK, festival attracts 135,000 visitors, with all tickets sold out long before the program announcement. Tickets for the 2017 year were sold in 54 minutes [Hawkes, 2016]. One of the reasons of UK festivals success is ongoing innovations and diversity of products. As an example, Scottish festival T in the Park in 2008 added to the festival some new experiences, such as Fancy Dress Friday, which enhanced the festival community spirit by common dressing up, and an extra camping night to spend it on additional entertainments: silent disco, cinema, bars, and fairground [Bowdin, 2011]. Adding any extra content to the festival can make it stand out from all the others of its kind and attract new audience. Another essential is finding niche in such a variety of events. While mostly young fans drink beer and have fun on the 'muddy' Reading and Leeds festival, Festival №6, hold in the Italian style village Portmeirion in the North if Wales positions itself as a high cultural family friendly festival with live performances, high quality food, poetry readings, theater, talks.

Another matter, which makes UK festivals industry work so well is a high level of outside organization. First of all, it is transport: all major music festivals provide attendees with bus service in cooperation with national bus company. Secondary, festivals volunteers are recruited and coordinated by the outside firms, such as Oxfam, Seed stuff, FestStuff, Hotbox. One of them, Oxfam, is a charity organization which additionally provides events internships and every October with the help of volunteers organize local Oxjam festivals around the entire county, developing local music scene [Oxfam GB, 2017]. Furthermore, many UK universities provide Events Management degree courses, which create a big number of professionals to develop the industry further. It worth to mention, that UK festivals are also involved in sustainability issues, creating environmentally friendly camps and recycling, minimizing their negative impact on ecology. Finally, Great Britain music scene has always been influent in the world music industry, so the big amount of famous musicians and common national love to music have definitely played a significant role in the festivals development.

<i>Мокрієнко Аліна</i> ПРОЕКТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ГОТЕЛЮ В М. ОДЕСА.....	101
<i>Карпюк Анастасія</i> РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ МІНІ-ГОТЕЛЮ М. КІРОВОГРАД.....	104
<i>Шимко Юлія</i> ОБГРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «РУСЬ» - ВПРОВАДЖЕННЯ БОУЛІНГ-КЛУБУ.....	107

**СЕКЦІЯ 4.
УКРАЇНА ТА ЇЇ РЕГІОНИ НА ТУРИСТИЧНІЙ КАРТІ СВІТУ**

<i>Шаповалова Юлія</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХАРЬКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	111
<i>Худокормов Віталій</i> ПРОБЛЕМИ ОДЕСЬКИХ КАТАКОМБ ЯК УНІКАЛЬНОГО ОБ'ЄКТУ ТУРИЗМУ.....	114
<i>Кирієнко Аліна</i> ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАНЬКІВСЬКОМУ РАЙОНІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	116

СЕКЦІЯ 5.

РОЗВИТОК СФЕРИ КУЛЬТУРИ ТА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА УКРАЇНИ

<i>Дерзунова Аліна</i> ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНОСТІ.....	120
<i>Кравцова Ірина</i> СОФІВКА ЯК ОБ'ЄКТ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ.....	122
<i>Тучапєць Анастасія</i> ПАСАЖ ЯК ОСЕРЕДОК ТОРГОВОГО ТА КУЛЬТУРНО-РОЗВАЖАЛЬНОГО ЖИТТЯ ЛЬВОВА КІНЦЯ ХІХ - ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХСТОЛІТТЯ.....	125
<i>Москаленко Яна</i> ПРОБЛЕМИ ВКЛЮЧЕННЯ ІСТОРИЧНОГО ЦЕНТРУ ОДЕСИ ДО СПИСКУ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЮНЕСКО.....	128
<i>Бойко Ніна</i> ДАВНЯ КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА НАРОДУ В СУЧАСНОСТІ.....	131
<i>Пічук Катерина</i> CULTURAL QUARTER DEVELOPMENT AS AN INNOVATIVE SOLUTION FOR HOSPITALITY INDUSTRY IN ODESA.....	133
<i>Zubko Ірина</i> AN INVESTIGATION INTO UKRAINIAN MUSIC FESTIVALS PRACTICE BY ANALYZING FESTIVAL INDUSTRY IN THE UNITED KINGDOM.....	136