



ВИННИЙ ТА ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: ПОЄДНАННЯ ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА БІЗНЕСУ

**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
КРУГЛОГО СТОЛУ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
“ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ І КОМБІКОРМІВ”**



УДК 332.158:379.851 (663/664)
ББК 65.43
В 48

Рекомендовано до видавництва Вченою радою
Одеської національної академії харчових технологій

*Матеріали, занесені до збірника, друкуються за
авторськими оригіналами.*

Голова оркомітету Міжнародної науково-практичної конференції
«Технології харчових продуктів і комбікормів»
Заслужений діяч науки і техніки України, д-р техн. наук, професор
Єгоров Богдан Вікторович

Укладач: к.г.н., доцент кафедри туристичного бізнесу та рекреації
ОНАХТ Орлова Марія Леонідівна

Дизайн обкладинки: к.т.н., доцент кафедри туристичного бізнесу та
рекреації ОНАХТ Калмикова Ірина Семенівна

Винний та гастрономічний туризм: поєднання освіти,
технологій та бізнесу : збірник матеріалів круглого столу в рамках
міжнародної науково-практичної конференції «Технології харчових
продуктів і комбікормів» (м. Одеса, 27 вересня 2018 р.) / Одеська
національна академія харчових технологій. — Одеса : Друкарня
«Хамелеон К», 2018. — 101 с.

ЗМІСТ

НАПРЯМ РОБОТИ ОСВІТА І КАДРИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Крупіца І. В., Апексімова Т. С.	5
Суспільне значення фахівців екскурсійної справи	8
Крупіца І. В., Воскресенська О. В., Лазука К. Д.	14
Особливості системи підготовки кадрів туристичного бізнесу	17
Меліх О. О., Ващеця Я. М.	20
Організація та планування подорожі в Європу: компетенції фахівців	
Меліх Т. Г., Гірченко В. О.	
Наповнення та впровадження мобільного додатку з дисципліни «Система туристичних атракцій»	
Мотузенко О. О., Дмитрук О. Ю.	
Міжнародне співробітництво у підготовці кадрів для еногастрономічного туризму: на прикладі магістерської програми з подвійним дипломуванням «Географія еногастрономічної рекреації та туризму»	

НАПРЯМ РОБОТИ ДИНАМІЗМ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ

Демирова М. Д.	26
Підходи до оцінки ефективності господарської діяльності підприємства ресторанного господарства	29
Добрянська Н. А., Гьокхан Сьонмез	34
Особливості турецької кухні при організації оздоровчих турів	36
Крупіца І. В., Брайлян Б. О.	39
Історична спадщина як фактор розвитку туризму	42
Кубриш Н. Р., Доробець М. А.	45
Туристичний бум через «ефект Більбао» в архітектурі музею міста Одеси	48
Меліх О. О., Кухаренко Т. В.	51
Інфраструктурні проблеми розвитку туризму м. Одеси	
Нестерчук І. К.	
Гастрономічний туризм в географічно-регіональних полімасштабних процесах	
Новічков В. К., Наджафова К. Р.	
Розвиток екологічного (сільського, зеленого) туризму в Одеській області	
Олешко Л. І., Головчанський В. О.	
Культура і туризм в поєднанні спорту та архітектури	
Орлова М. Л., Ярьоменко С. Г., Слаблюк М. В.	
Ринок туристичних послуг Одеської області	

Слаблюк М. В., Орлова М. Л.	55
Гастрономічні традиції та уподобання туристів з Нордичних країн	59
Ярьоменко С. Г., Дейнега З. В.	
Підходи до оцінки ефективності системи управління підприємства ресторанного господарства	

НАПРЯМ РОБОТИ ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Гілко О. К.	62
Конкурентоспроможність винного туризму в Україні: проблеми та перспективи розвитку	65
Добрянська Н. А., Конопля Д.	67
Особливості гастрономії в круїзній подорожі	70
Крупіца І. В., Златова Ю. В.	74
Популяризація фестивально-виставкової діяльності болгарського народу в Одеській області	76
Крупіца І. В., Мельничук Ю. О.	79
Просування гастротурів в хлібопекарській галузі	83
Любчук О. К., Ярченко Ю. В.	88
Маріуполь фестивальний: багатогранна сучасність	94
Меліх О. О., Саркісян Г. О., Калмикова І. С.	97
Привабливість туристичного та дегустаційного бізнесу Одеської області	
Мотузенко О. О., Бульба В. В., Кіреєва А. О.	
Аналіз ринку еногастрономічного туризму України	
Мотузенко О. О., Петліна Д. В.	
Досвід організації винних доріг Італії	
Петліна Д. В., Мотузенко О. О., Ганчукова О. В.	
Фестивальна діяльність у рамках винного туризму: європейський та український досвід	
Трішин Ф. А., Гусейнов С. Т.	
Конкуренція винних турів	
Шикіна О. В., Пилипенко А. О.	
Розвиток гастрономічного туризму в Одесі	

inclusive. Достаток страв шведського столу провокує гостя на безконтрольне споживання їжі. Спокуса настільки велика, що навіть самий аскетичний в плані харчування гість може знехтувати своїми принципами і «піти в рознос». В результаті, коли ейфорія проходить, гість відчуває набрані кілограми, приходить відчуття провини і думка про те, що перебування в готелі аж ніяк не сприяло здоров'ю. Звідси дилема, як зробити так, щоб не відійти від формату і одночасно подбати про гостя, щоб, залишаючи готель, у нього залишилися тільки приємні враження і бажання повернутися сюди ще раз? Перед готелем стоїть завдання: з одного боку, розробити збалансовані, корисні страви і не втратити їх оригінальних смакових властивостей, а може навіть поліпшити їх, з іншого боку, допомогти гостю залишитися в формі.

Перше, що спадає на думку, – це шведський стіл здорового харчування. Тож, щоб допомогти гостю залишитися в формі, важливо не просто запропонувати йому збалансовані страви, а й зорієнтувати його в калорійності і порційно. Таким чином, в ресторані отелю розміщують поруч зі стравами підказки, глянувши на які, постоялець готелю може «скомпонувати» для себе правильну порцію. Харчуючись в рамках такого шведського столу, гість не тільки в змозі контролювати кількість споживаної їжі, він вчиться правильно і усвідомлено харчуватися [1].

На сьогоднішній день – Туреччина є одним з найбільш відвідуваних курортів, який відомий своїм багатством природних термальних джерел і цілющих грязей. Всі ці лікувальні процедури сприятливо впливають на організм людини. Тому для тих, хто бажає оздоровитися і гідно провести свій відпочинок, поєднавши приємне з корисним – це ідеальне місце.

Література

1. Добрянська Н. А. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Н. А. Добрянська, Н. О. Федорова // Матеріали XXXIX Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»: 36. наук. праць. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» – Переяслав-Хмельницький, – Вип. 39. – с. 21-24.

2. Турецька національна кухня / [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.radaspilnot.org.ua/turecka-nacionalna-kuxnya/>

ІСТОРИЧНА СПАДЩИНА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Крупіца І. В., канд. екон. наук

Брайлян Б. О., магістр

Одеська національна академія харчових технологій

Культурне самовираження народу завжди викликає інтерес. Природна допитливість туриста по відношенню до різних куточків світу утворює один з найбільш сильних спонукальних туристських мотивів. Об'єкти, відвідувані туристами, сприяють їх духовному збагаченню, розширенню кругозору.

Історико-культурний потенціал країни є одним з головних факторів туризму, тому що він:

- Є важливим засобом для залучення туристів, оскільки знайомство з історико-культурною спадщиною – це найсильніший спонукальний туристичний мотив;

- Об'єкти культурної та історичної спадщини є важливим активом сучасних міст, який може приносить прибуток і істотно впливає на їх економічний розвиток;

- Має велике значення в соціальній сфері, вирівнюючи сезонні коливання і рівномірно розподіляючи туристські потоки по території;

- Створює сприятливий імідж регіону, «брендування» історико-культурної спадщини, яке використовується в якості ефективного інструменту затвердження лідерства на туристичній арені.

- І нарешті, культурно-історичні центри не тільки приносять доходи регіону, але дають місцевому населенню підставу пишатися своєю унікальною спадщиною і надають можливості ділитися нею з туристами.

Культурний потенціал регіону виражений в його історичній спадщині. Наявність унікальних історичних об'єктів може зумовити успішний розвиток туризму в регіоні. Знайомство з історико-культурними об'єктами – найсильніший спонукальний туристичний мотив. Будучи найсильнішим спонукальним туристичним мотивом, історико-культурний туризм також сприяє і розширенню ресурсів для залучення туристів.

Завдяки туристичним витратам в економіку міста надходять додаткові кошти. Зростаючі прибуття туристів в регіон безсумнівно викликають зростання виробництва туристичного продукту, створення активного споживчого ринку в туристичному центрі і

зростання інвестиційної привабливості місцевої туристичної індустрії. Зростання виробництва і обсягів продажів туристичного продукту, можливе при наявності попиту серед туристів, призводить до створення нових об'єктів туристичної індустрії (готелів, підприємств громадського харчування, дозвілля та розваг), модернізації та підвищення ефективності виробництва існуючих об'єктів туристичної інфраструктури.

Збільшення кількості підприємств місцевої туристичної індустрії вимагає збільшення кількості зайнятих в сфері туризму людей, що створює можливість для працевлаштування великої кількості дорослих і молоді. Вирівнюючи сезонні коливання і рівномірно розподіляючи туристські потоки по території, історико-культурний туризм вирішує нерівномірність економічного розвитку окремих частин території, будучи незамінним компенсатором. Він сприяє виникненню і розширенню господарських, транспортних, комунальних та інших видів діяльності, які дозволяють відсталім районам досягати рівня передових індустріальних регіонів.

Завдяки історико-культурній спадщині, регіон може отримати сприятливий імідж на ринку. Елементи і фактори культури можуть бути каналами розподілу інформації про туристичні можливості місцевості. Успіх розвитку туризму залежить не тільки від матеріально-технічної бази, а й від унікальності історико-культурної спадщини.

Одна з основних ролей створення історичної пам'яті народу належить місту. Міста як місця зосередження культури, економіки і політики країни і регіонів формують туристичний ринок першого класу туристів. Їх роль в історико-культурному туризмі постійно зростає, вони виконують політичні, економічні, науково-освітні, транспортні, інформаційні, культурні та туристичні функції. Для більшості міст характерна тенденція послідовного посилення туристичних функцій. Міста, в першу чергу, повинні володіти власним стилем. Пошук культурно-історичної спадщини стає найважливішим способом регенерації міст і міського товариства. Місто перетворюється в унікальну історичну цінність незалежно від давнини і визнання культурно-історичних цінностей, що містяться в ньому.

ТУРИСТИЧНИЙ БУМ ЧЕРЕЗ «ЕФЕКТ БІЛЬБАО» В АРХІТЕКТУРІ МУЗЕЮ МІСТА ОДЕСА

Кубриш Н. Р., канд. мистецтвознавства

Одеська державна академія будівництва та архітектури

Доробець М. А., магістр

Одеська національна академія харчових технологій

Музейна справа не може бути в стагнації, вона постійно рухається і розвивається. З'являються музеї, як заклади культурно-освітньої та науково-дослідної діяльності, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток різного формату, типу, якості та архітектурних форм. Не завжди мешканці сучасного міста залишають цікаві речі для майбутніх туристів та екскурсантів.

Але, наприклад, на місці, де понад 100 років тому американський археолог Рафаель Лампеллі при розкопках анауських курганів знайшов зерна пшениці 5-тисячолітньої давності, у 2005 році відкрився національний музей Туркменістану «Ак Бугдай» («Біла пшениця»). Він знаходиться в районному центрі Туркменії Анау, приблизно в 25 км від Ашгабаду, та зустрічає гостей з усього світу.

Обрана тема цієї роботи обґрунтована пошуками нових форм підвищення використання туристського потенціалу міста Одеси. На нашу думку, враховуючи значну кількість музеїв туристичного центру міста, немає в м. Одеса нових архітектурних форм музеїв. З одного боку ми не можемо побачити футуристичні будівлі неймовірних форм, мінімалістичні каркаси та хвилеподібні завороти модерну, а з іншого боку наші музеї знаходяться в будівлях з багатою історією та віковими стінами, які були відреставровані.

«Ефект Більбао» – це найпопулярніший приклад того, як побудова нової будівлі музею Гуггенхайма призвело до економічного і туристичного буму в іспанському місті Більбао в 1997 році. Автор сучасної архітектури Френк Гері став автором не тільки незвичайного будівлі, а й економічного іспанського «дива» в одному окремо взятому місті. Багато градоначальників і політиків намагаються повторити «ефект Більбао» в своїх містах, вкладаючи чималі суми в будівельні проекти. Без сумніву, музей Гуггенхайма дозволив місту Більбао знову «знайти» себе, адже саме в цей час іспанське промислове місто переживало сильний економічний спад. А після відкриття музею місто змогло перебудуватися і перетворитися в культурний і туристичний мегаполіс.