

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 несут автори

ЮГО-ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ КАК ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ

РЕГИОН МИРОВОГО ТУРИЗМА

Первые туристические маршруты для неискушенного путешественника становились окном в новый мир. Но с развитием этой отрасли люди стали путешествовать все больше, и для среднестатистического европейского туриста сам европейский регион стал уже неинтересным. Во многом это связано с тем, что все эти страны формировались примерно в одно и то же время. Еще одним немаловажным фактором, из-за которого туристу уже не так интересны путешествия по Европе – это «заезженность», известность, популярность территорий, включенных в состав европейского региона.

Для туриста, только делающего первые шаги в познании мира, Европа может показаться интересной. Но для искушенного путешественника необходимо открывать новые места. Огромный потенциал для этого имеет восточная часть Азиатского региона.

Наиболее привлекательными странами для посещения европейским туристом на сегодняшний день являются Китайская Народная Республика, Япония, Непал, Индия, Южная Корея, Вьетнам, Лаос, Таиланд, Малайзия, Индонезия, Сингапур, Филиппины, Бангладеш.

Однако, в данном регионе имеются также страны, которые для туриста менее интересны и привлекательны. Это такие страны как: Камбоджа, Пакистан, Северная Корея. Так, например, в Камбодже длительное время происходят гражданские столкновения, и это может быть небезопасным для туриста. Что касается Пакистана и Северной Кореи - внешняя и внутренняя политика этих государств довольно серьезно занимается антизападной пропагандой, что может сказаться как на отношении, так и на жизни туриста в целом.

Теперь же рассмотрим некоторые из благоприятных для посещения стран, их основные преимущества и недостатки.

Непал. В первую очередь, эта страна будет интересна любителям экстремального туризма, ведь именно на территории Непала находится Джомолунгма, или Эверест – самая высокая точка Земли. Также, более 40% территории Непала находится на высоте более 3000 м. [1], что также может вызвать интерес как у экстремальных туристов, так и у любителей «зеленого» или экологического туризма. С точки зрения познавательного туризма Непал также будет интересен для туриста: это и средневековая архитектура в столице государства

прекрасно сохранившаяся до наших дней, и сам уклад жизни непальцев, коренных жителей Непала, который практически не изменился с древних времен из-за труднодоступного размещения страны.

Для религиозного и паломнического туризма Непал также является значимым местом: так, например, буддисты всего мира, и европейцы – не исключение, стремятся хоть раз в жизни посетить ступу Будданатх – самую большую и древнюю ступу в мире.

Тем не менее, у Непала есть свои недостатки, как, например, труднодоступность, низкий уровень жизни, практически полное отсутствие приемлемых для европейского туриста гостиниц, трудность в понимании языка: менее 70% мужчин и 35% женщин грамотны, не говоря уже о знании иностранных языков.

Индия. Индия для европейского туриста сейчас является наиболее популярным направлением из всей Азии. Во многом это связано с тем, что большая часть населения разговаривает на так называемом «хинглише», то есть смеси национального языка хинди и английского. Также индийцы хорошо понимают сам английский язык, поэтому проблем с пониманием у туристов в Индии не будет.

Наиболее интересными направлениями для туризма в Индии являются такие виды туризма, как познавательный, событийный, религиозный и паломнический, гастрономический (пищевой) и «черный». Так, например, в Индии сохранились до наших дней такие памятники архитектуры, как Тадж-Махал, Красный Форт, усыпальницы Итемад-уд-Даулы и пр.

Гастрономический туризм в Индии широко развит благодаря достаточно экзотичной кухне: много овощей и теста, приправленных небывалым количеством специй, и практически никакого мяса.

Черный туризм ярко выражен в индийских традициях, например, ритуальное сожжение умерших и развешивание их праха над рекой Ганг.

К сожалению, из последнего также вытекает огромный недостаток туризма Индии – загрязненность вод отходами как от сожжения, так и от выбрасывания в реку мусора. Антисанитария распространена по всей Индии, и кастовая система деления населения только способствует еще большему ухудшению экологии. Также в Индии довольно остро стоит проблема с безопасностью: население, по большей части бедное, не боится обкрадывать туристов посреди бела дня, а ночью в город вообще лучше не выходить [2].

Япония. Япония интересна европейскому туристу в первую очередь своим развитием: среди азиатских стран Япония до сих пор занимает первое место, опережая Китай и Южную Корею, не говоря уже о других. Познавательный туризм в Японии достаточно распространен, ведь на территории этой страны находятся такие памятники архитектуры,

подобных которым нет нигде в мире. Это, например, синтоистские храмы, дворцы императора и др.

Касательно других видов туризма в Японии, стоит отметить гастрономический (японская кухня является одной из наиболее популярных в мире, при том, что практически ни один европейский турист не пробовал ее в самой Японии), пляжный (в основном – префектура Окинава), событийный и черный (бомбардировка Хиросимы и Нагасаки).

Многие другие страны Азии также действительно интересны, но наиболее привлекательными, на наш взгляд, являются именно Индия, Япония и Непал. Во многом это связано с тем, что эти страны являются наиболее безопасными и неизученными европейским туристом.

Литература

1. Ответин, Путешествия, Отдых. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://otvetin.ru/tripotdyh> - Название с экрана.

2. Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://Wikipedia.org> - Название с экрана.

Халявка Валерия, бакалавр, спец. «Отельно-ресторанное дело»
научный руководитель – ст. преп. Асауленко Н. В.
Одесская национальная академия пищевых технологий
г. Одесса

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РАЗВИТИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ В 2017 ГОДУ

Кризис для ресторанного бизнеса проходит волнообразно. Это связано с тем, что для большинства клиентов поход в ресторан является привычкой, от которой не так-то легко отказаться. Следовательно, посетители заходят в ресторан по инерции. Кризис повлиял на дорогие рестораны, с высоким средним чеком, рассчитанные на состоятельную публику. Во многих из них заметно снизилась посещаемость. Дорогие рестораны перестали посещать представители среднего класса, которые от кризиса пострадали больше всего, ведь для большинства цены являются определяющим фактором в выборе ресторана. Параллельно с посещаемостью упал и средний чек. Люди с высоким достатком в подавляющем количестве не изменили свой выбор и продолжают посещать привычные и любимые рестораны, но вместе с тем, начали с большей осторожностью относиться к ценам. Посетители, чтобы уложиться в привычную для них сумму, ограничивают себя в еде и алкоголе. Цены на некоторые позиции – например, на импортный алкоголь, пришлось повысить, но не

критично. Но при заказе люди стали отдавать предпочтения другим продуктам: так, вместо вина теперь заказывают пиво, вместо виски – водку. Экономия на алкоголе больно ударила по барам, где так же средний чек упал в два раза [1].

Поэтому, повсеместно отмечается смена подходов при открытии новых точек или переформатировании старых. Концепции ресторанов среднего ценового сегмента, а также кофейни и пивные, открытие которых требует многомиллионных вложений, сейчас менее востребованы. Рестораторы заговорили о демократизации ресторанного рынка. В выигрыше оказывается фастфуд, бургерные, небольшие кафе-кондитерские, суши-магазины, заведения на заправочных станциях и в торговых центрах. Востребован гибрид fast food и fast dine-in, где посетители сами набирают блюда, но при этом сидят в уютной обстановке.

Для серьезных представителей на рынке ресторанного бизнеса кризис – это хорошо. Если бизнес построен грамотно и правильно, то кризис – это прекрасный шанс «завоевать» рынок. Кризис убирает случайных игроков, он фактически лечит рынок, ведь сейчас очень много непрофессиональных рестораторов, любителей. Неконкурентоспособные предприятия уйдут, а сильные сосредоточатся на внутренней оптимизации, следовательно, активных расширений ожидать не следует. Однако с другой стороны, такое развитие качественно отразится на всех составляющих отельно-ресторанного бизнеса: маркетинга, меню, персонала, концепции заведения. Также следует отметить, что из всего этого будет вытекать переинвентаризация оборудования в кафе и ресторанах. Оборудование низкого качества постепенно покинет рынок из-за низкой рентабельности, связанной в том числе с качеством продукции и расходами [2]. По данным аналитики компании Poster, в ближайшее время рынок будет расти – не более 10-15 % в год. Новички будут повторять успешные концепции мастодонтов бизнеса: гриль, бургеры, местные продукты. Экономия на строительстве и дизайне в интерьерах, необработанный кирпич и концептуальные конструкции из недорогих материалов. Давним участникам рынка становится интереснее расширять карту продуктов – все научились привозить/находить/замещать и работают не над удешевлением, а над поиском качества. Так появляется шанс вернуть гостя, способного ценить продукты и поваров, вернуться к нормальной гастрономии. Рестораны с высокими ценами, но едой, которую невозможно есть ежедневно, будут вынуждены пересматривать кухню [3].

В ресторанном бизнесе 2016 год - это молодежный год. Во многом из-за ориентированности на потребности юной публики: быстрая еда и низкий средний чек. При этом множество точек продаж подобной еды не говорит о низком качестве. Публика уже пришла к определенному уровню анализа того, что употребляет, и осознанности в выборе того или иного продукта. Новые кафе, пекарни, бистро - все это находит моментальный отклик у публики. Кофейни на данный момент являются актуальными. Стратегически

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА РОЗВИТОК ОКРЕМИХ СФЕР ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД.

<i>Миронов Юрій, Миронова Мар'яна</i> ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ МІСТА.....	3
<i>Кузнецова Екатерина</i> ЮГО-ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ КАК ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ РЕГИОН МИРОВОГО ТУРИЗМА.....	6
<i>Халаяка Валерия</i> ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РАЗВИТИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ В 2017 ГОДУ.....	8
<i>Sorokina Alexandra</i> BRANDING AS AN INSTRUMENT OF ATTRACTING TOURISTS IN UKRAINE.....	11
<i>Kokhanova Kateryna</i> THE LATEST TRENDS IN RESTAURANT TECHNOLOGY THAT BLOSSOMED IN THE RESTAURANT BUSINESS.....	14
<i>Hugo Sousa</i> VISITORS' PROFILE IN GASTRONOMIC EVENTS AT A FORMER EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY: THE CASE OF THE MINHO REGION (PORTUGAL).....	17

СЕКЦІЯ 2.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Корягін Анжела</i> КІНОА В ТЕХНОЛОГІЇ БІСКВІТНОГО ПЕЧИВА «МАДЛЕН».....	20
<i>Ноздріна Валерия</i> НОВЫЙ ФОРМАТ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ - POP-UP РЕСТОРАНЫ.....	23
<i>Пенкова Лилия</i> КЕЙТЕРИНГ КАКИННОВАЦИОННАЯ УСЛУГА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ НА ТЕРРИТОРИИ УКРАИНЫ.....	25
<i>Валигурский Александр</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРИТ ФУДА В УКРАИНЕ.....	28
<i>Перепелиця Юрій</i> ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	31
<i>Чаплак Наталія</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВИ «МЛИНЧИКИ ЦИТРУСОВІ».....	34
<i>Горбенко Софія</i> ТЕМАТИЧНІ ЗАКЛАДИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СКЛАДОВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЛЬВОВА.....	35
<i>Гнилянська Оксана</i> ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ НАПОЇВ НА ОСНОВІ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНОГО ОБЛАДНАННЯ.....	38
<i>Лаврів Ольга</i> АМАРАНТОВА ОЛІЯ В РОЗРОБЦІ СТРАВ ДЛЯ ОЗДОРОВЧОГО ХАРЧУВАННЯ.....	40
<i>Шарова Ірина</i> ТЕХНОЛОГІЯ ОДЕРЖАННЯ НАТУРАЛЬНОГО ХАРЧОВОГО БАРВНИКА З ВИКОРИСТАННЯМ ЕЛЕКТРОАКТИВОВАНОЇ ВОДИ.....	42

<i>Шпак Тереза</i> ПРИНЦИПИ САНАТОРНО – КУРОРТНОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ПРОФІЛАКТИКА ЗАХВОРЮВАНЬ ШЛУНКОВО – КИШКОВОГО ТРАКТУ.....	44
<i>Болдирева Юлія</i> ВІПРОВАДЖЕННЯ ДІЄТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ В ГОТЕЛІ З ОЗДОРОВЧОЮ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ.....	47
<i>Медведюк Анастасія</i> АНАЛІЗ ХАРЧУВАННЯ НА РІЗНИХ ВИДАХ ТРАНСПОРТУ.....	49
<i>Черненко Софія</i> СПОРТИВНІ БАТОНЧИКИ В КАЧЕСТВІ СПОРТИВНОЇ ДОБАВКИ.....	56
<i>Мостова Людмила</i> ВПЛИВ РОСЛИННИХ КОМПОНЕНТІВ НА ТИТРОВАНУ КИСЛОТНІСТЬ ТА ТРИВАЛІСТЬ СКВАШУВАННЯ МОЛОЧНО-РОСЛИННИХ СИСТЕМ.....	60
<i>Голіков Олександр</i> ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ З РАДІОПРОТЕКТОРНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ.....	61
<i>Білан Валерія, Спіцина Марія</i> ТЕХНОЛОГІЯ ПРИГОТУВАННЯ НИЗЬКОКАЛОРІЙНОГО ДЕСЕРТУ.....	64
<i>Камчатна Маргарита</i> ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МУСІВ З КУРЯЧОЇ ПЕЧІНКИ.....	66
<i>Вовк Артур</i> ПРОЕКТ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧУВАННЯ ФОРМАТУ FREE-FLOW ПРИ ГОТЕЛІ В М. ОДЕСА.....	68
<i>Андріянова Анастасія, Д'ячук Олександра</i> АНАЛІЗ ПОЛІМЕРНИХ УПАКОВОК ДЛЯ ТЕХНОЛОГІЇ SOUSVIEDE.....	71
<i>Кормош Катерина</i> ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВОДОЮ РЕАКРЕАЦІЙНИХ ЗОН З ДЕФИЦИТОМ ПІСНОЇ ВОДИ.....	74

СЕКЦІЯ 3.

РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

<i>Андрацуляк Анна</i> ОСОБЛИВОСТІ СНІДАНКІВ ПРИ ГОТЕЛІ.....	77
<i>Собалева Анна</i> АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО АМПЕЛО – И – ЭНОТЕРАПИИ В SPA-ГОТЕЛЯХ.....	79
<i>Черненко Наталія</i> ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНО - РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ.....	81
<i>Гук Юлія</i> АРОМАМАРКЕТИНГ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ – ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ ЗАОХОЧУВАННЯ КЛІЄНТІВ.....	84
<i>Іванців Оксана</i> АНАЛІЗ СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВОВА.....	87
<i>Тараненко Валерій, Сімченко Олександр</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ БАЗ ВІДПОЧИНКУ В УКРАЇНІ.....	89
<i>Яворська Яніна</i> УПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	92
<i>Крайтель Аліна</i> ІННОВАЦІЇ ПРИ НАДАННІ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ.....	95
<i>Андрощук Анна</i> МОНІТОРИНГ ЕКО-ГОТЕЛІВ СВІТУ. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НЕДОЛІКИ.....	98