

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
Науково-навчальний центр прикладної інформатики

ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ

**ІНТЕГРАЦІЯ
СВІТОВИХ НАУКОВИХ ПРОЦЕСІВ
ЯК ОСНОВА СУСПІЛЬНОГО ПРОГРЕСУ**

МАТЕРІАЛИ
IV Міжнародної науково-практичної конференції

27–28 листопада 2020 р.

м. Київ

Київ
Інститут інноваційної освіти
2020

УДК 001(063):378.4 (Укр)
ББК 72я43
I73

*До збірника увійшли матеріали наукових робіт (тези доповідей, статті),
надані згідно з вимогами, що були заявлені на конференцію.*

*Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу.
Автори беруть на себе всю відповідальність за зміст поданих матеріалів.
Претензії до організаторів не приймаються.
При передруку матеріалів посилання обов'язкове.*

I73 Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу :
Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27–28 листопада
2020 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної
інформатики НАН України. – Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. – 152 с.

Матеріали конференції рекомендуються освітянам, науковцям, викладачам, здобувачам
вищої освіти, аспірантам, докторантам, студентам вищих навчальних закладів тощо¹.

Відповідальний редактор: С.К. Бурма
Коректор: П.А. Нємкова

Матеріали видано в авторській редакції.

УДК 001(063):378.4 (Укр)

© Усі права авторів застережені, 2020
© Інститут інноваційної освіти, 2020
© Друк ФОП Москвін А.А., 2020

Підписано до друку 02.12.2020. Формат 60х84/16.
Віддруковано з готового оригінал-макету.
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура Charter. Ум. друк. арк. 8,84.
Зам. № 0212/20-15. Тираж 100 прим. Ціна договірна. Виходить змішаними мовами: укр., рос., анг.

Виготівник. ФОП Москвін А.А. Цифрова друкарня «Copy Art».
69095, Запоріжжя, просп. Соборний, 109. Тел.: (061) 708-08-80
Інститут інноваційної освіти: e-mail: novaosvita@gmail.com; сайт: www.novaosvita.com

**Видання здійснене за експертної підтримки
Науково-навчального центру прикладної інформатики НАН України
03680, Київ-187, просп. Академіка Глушкова, 40.**

¹ Відповідає п. 12 Порядку присудження наукових ступенів Затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567; п. 28 Постанови Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності»; п. 13 Постанови Кабінету Міністрів України від 12 липня 2004 р. № 882 «Про питання стипендіального забезпечення»

6. Студент XXI века: социальный портрет на фоне общественных трансформаций / под общей. ред. В.И. Астаховой. – Х.: Изд-во ННЛ, 2010. – 408 с.
7. Чибісова Н.Г. Соціокультурне середовище вузу – фундамент накопичення студентами культурного капіталу / Н.Г. Чибісова // ALMA MATER (Вісник вищої школи). – 2010. – № 8. – С. 42–50.

Г.О. Саркісян,

кандидат технічних наук, доцент,
декан факультету технології вина та туристичного бізнесу,
Одеська національна академія харчових технологій

НЕОБХІДНІСТЬ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Одним із напрямків більш повного використання туристичного потенціалу нашої держави є впровадження нових видів туризму. Гастрономічний туризм – порівняно молодий напрям надання туристичних послуг, але він має в наших національних умовах великий економічний потенціал, адже Україна всім відома як потужна аграрна держава із віковими традиціями (в тому числі – й гастрономічними), тобто існує значна сировинна база, екологічно чисті продукти, попит на які з року в рік зростає.

Зростаючий інтерес до гастрономічного туризму обумовлений наступними обставинами. В наш час туриста вже не можна здивувати піщаними білими пляжами, типовими екскурсіями та відпочинком на гірськолижних курортах. Туристичні фірми вимушені розробляти нові продукти, пропонувати тури із «родзинкою». Одним із таких відносно нових видів туризму, що набирає все більшої популярності, є гастрономічний туризм, даний вид туризму концентрує увагу туристів на кулінарних традиціях та екзотичних смаках страв тієї або іншої місцини поряд із ознайомленням із колоритом, пам'ятками та культурою. Наша держава володіє унікальними туристичними ресурсами саме для впровадження і розширення послуг гастрономічного туризму. Відомо, що українська кухня є дуже різноманітною, адже вона з історичних причин формувалась під впливом багатьох держав. В принципі споживання страв національної кухні є важливою складовою багатьох туристичних продуктів, але акцент на кулінарній стороні туру властивий саме гастрономічному туризму як самостійного та дуже перспективного напрямку туристичної активності. Натомість, в Україні цей вид туризму ще поки що не дуже розвинутий, бо проблемою його розвитку у нас називають поки що невелику кількість якісно розроблених та оригінальних гастрономічних турів, крім того, до цього часу більшість туристичних фірм не брали до уваги впровадження саме цього виду туризму.

У 2015 р. ЮНВТО внесла пропозицію щодо назви «гастрономічний туризм», це будь-які види туристичної активності, які пов'язані з гастрономією: сюди відноситься відвідування виробників продуктів, фермерських ринків, гастрономічних фестивалів та продовольчих ярмарків, в тому числі і в сусідніх регіонах [1]. В наш час загальні надходження від індустрії гастрономічного туризму становлять у світі приблизно 42 мільярди доларів. Ще у 2011 р. Інститут світової політики [2] провів своє маркетингове дослідження в окремих країнах, намагаючись виявити асоціації, які викликає у туристів Україна в сфері гастротуризму. Згідно результатів проведеного дослідження в різних країнах світу Україна викликає наступні асоціації: «національна кухня та культура», «гостинний народ», «літо, відпочинок, канікули, фрукти».

Гастротуризм – це вид туристичного дозвілля, який виник порівняно недавно, хоча його окремі елементи були присутні в туристичних продуктах з самого початку розвитку туризму як виду людської діяльності, адже під час подорожей потрібно харчуватися і часто національні страви ставали доповненням до традиційних турів. Як вже згадувалося, в наш час вартісний обсяг всесвітнього ринку гастрономічного туризму становить 42 мільярди доларів [3], основні надходження коштів у сфері гастрономічного туризму надходять від країн-лідерів, вони різні на окремих континентах: в Європі лідерами із розвитку гастрономічного туризму є Франція, Іспанія та Італія. В азійському регіоні гастрономічний туризм найбільше розвинутий в Гонконзі та Сінгапурі, але достатньо потужно заявляє про себе Японія із своєю традиційною неповторною кухнею та мистецтвом сервірування. Підбираються до лідерів і такі країни як Таїланд, Індія та Південна Корея. В західній півкулі останнім часом зростає попит на гастрономічні тури до Латинської та Південної Америки (передусім до Перу і в Мексику) [4].

Фахівці в сфері туристичного бізнесу підкреслюють, що головною перевагою даного виду туризму в порівнянні із традиційними видами туризму є наступна обставина: лише в гастрономічних турах задіюються не лише зір та слух, але й смак і запах, тобто турист отримує більш яскраві враження і у випадку якісного туру залишається відданим прихильником саме цього виду туризму. Більше того, у даного виду туризму (наприклад, на відміну від активного або екстремального) знаходяться шанувальники практично в будь-якій віковій групі. Розвитку даного виду туризму сприяє і виважена та грамотна медійна політика через збільшення кількості різноманітних кулінарних шоу на телебаченні, проводяться інтерактивні майстер-класи для аматорів та професіоналів, в окремих закладах ресторанного господарства виникли та розвиваються дитячі кулінарні школи.

В Україні останнім часом також можна спостерігати стійкий розвиток гастрономічного туризму. Про це говорить значне різноманіття вітчизняних

місцевих кулінарних фестивалів, на яких пропонується дегустація різноманітних страв (не лише місцевих, але й інших народів світу). Подібні заходи привертають увагу величезної кількості туристів і вже стали одним із найбільш важливих елементів турів відпочинку. Слід зазначати, що більша кількість гастрономічних турів приходить в основному на літню пору року, про що свідчать дані про обсяг та структуру туристичних потоків [5].

Українська кухня вважається однією із з самих багатих та цікавих національних кухонь, адже вона поширилася далеко за межі нашої країни. Згідно численних етнографічних досліджень встановлено, що в українській кухні міститься приблизно 4 тисяч рецептів лише м'ясних страв, переважно із свинини, з додаванням яєць, овочів, риби та молочних продуктів. На українському столі постійно присутні страви з борошна: млинці, галушки, вареники, налисники, зрази, бабки, деруни. Випічка також відзначається великою різноманітністю: пироги, тістечка, маківники, паски, вергуни тощо [6]. Українська кухня, як і будь-яка кухня, що має багате історичне минуле, в значній мірі відрізняється у різних регіонах. Крім того, в українській кухні простежуються кулінарний вплив інших народів. Наприклад, в південних регіонах є вплив турецької кухні (на буковинську), в західних – польської на подільську кухню, угорської на закарпатську.

Вже сьогодні в деяких районах Одещини розроблені й впроваджені власні програми із сприяння гастрономічного туризму. Існують оригінальні приклади винних турів, звичайно до їх програми входять: екскурсії до виноградарських господарств та підприємств, відвідування музеїв; дегустація виноробної продукції. Започатковується в області й практика проведення етнічних фестивалів, що дають можливість туристам зануритися у культуру та традиції окремих меншин. Діють дегустаційні винні тури на завод ТМ «Французький бульвар», завод шампанських вин, до центру культури вина Шабо, музею коньячної справи Н.Л. Шустова, Українського національного науково-дослідного інституту виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова. В якості місцевих гастрономічних турів можна також назвати подорожі до міста Вилкове з метою рибної ловлі та дегустації рибних страв, а також в місця збору суниці тощо.

Місцеві кулінарні традиції потрібно розглядати як потужний туристичний ресурс територій, що дає створити нові або поліпшити вже існуючі туристичні продукти.

Список використаних джерел

1. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму*. За ред. проф. Пазенка В.С. К., 2005. С. 223–233.
2. Семченко О.А. Іміджева політика України. *Зовнішньополітичний імідж України: позитивні і негативні складники*. Серія «Монограф». 2014. С. 258.

3. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. № 2, 2018 URL: www.economy.nayka.com.ua. (дата звернення: 20.10.2020).
4. Басюк Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2012. № 45. С. 128–132.
5. Гастрономічні фестивалі українців. Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста», 2016 URL: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>. (дата звернення: 19.08.2020).
6. Лагодієнко В.В. Довгаль О.В. Теоретико-методологічні підходи дослідження сільських територій. *Економіка і фінанси*. № 13. 2018. С. 50–61.

<i>Д.О. Ребріна,</i> ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ПРОФЕСІЙНА ІДЕНТИЧНІСТЬ» У МЕЖАХ ПСИХОЛОГІЧНОЇ НАУКИ	67
<i>Д.О. Ребріна,</i> СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ	70
<i>Д.О. Ребріна,</i> СТУДЕНТСТВО ЯК ОСОБЛИВА СОЦІАЛЬНА ГРУПА	73
<i>Г.О. Саркісян,</i> НЕОБХІДНІСТЬ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	76

Розділ 5 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

<i>М.М. Бурик,</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД БУДВНИЦТВА АВТОДОРИГ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	80
<i>О.Л. Ворсовський,</i> ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ЗА НАПРЯМАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЕКОНОМІКА ФАРМАЦІЇ	84
<i>К.В. Комаревич, І.В. Горобінська,</i> ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	86
<i>Л.С. Мосора,</i> ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СЕРВІСНОЇ ДЕРЖАВИ	93
<i>М.І. Нестерук, М.О. Рябенка,</i> РОЛЬ МОТИВАЦІЇ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	96

Розділ 6 ПРАВО

<i>А.В. Борисов,</i> ПРОВІДНІ ФУНКЦІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ.....	99
<i>Ю.П. Діденко, Д.О. Маріц,</i> ДО ПИТАННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	101