



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	
Крупіца І. В., Златова Ю. В.	
Популяризація фестивально-виставкової діяльності болгарського народу в Одеській області	
Крупіца І. В., Мельничук Ю. О.	
Просування гастротурів в хлібопекарській галузі	
Любчук О. К., Ярченко Ю. В.	
Маріуполь фестивальний: багатогранна сучасність	
Меліх О. О., Саркісян Г. О., Калмикова І. С.	
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	

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.

На наш погляд в м. Одеса існують умови та передумови для здійснення проекту відкриття масштабного музею. Його тематика може бути як морська, портова, пляжна, так і присвячена окремому, наприклад, харчовому продукту.

Вже існують пам'ятки апельсину, хлібу, коньяку, шоколаду. Але немає очікуваного ефекту Більбао. Чому саме в Одесі не створити музей зерна, бринзи чи пива з масштабним архітектурним рішенням, як, наприклад, у Туркменістані (пшениця), Франції (вино), Китаю (краб) та ін.?

Чому зерна. Географічне положення Одеси наклало сильний відбиток на структуру промисловості, яка відрізнялася великою різноманітністю галузей. Перше місце займали підприємства зернопереробної і харчової промисловості, які стрімко розвивалися. Так, якщо в 1851 році в Одесі був один паровий млин, то в 1869 році діяло вже 17 таких млинів. На частку харчової промисловості до кінця століття доводилося 32 % всіх фабрик і заводів, 66 % продукції і 29 % від загального числа фабрично-заводських робітників. Особливо зросла роль Одеського порту після приєднання в 1812 році Бессарабії до Росії, коли з багатого краю хлинули нові потоки хліба і іншої сільськогосподарської сировини. Розширення виробництва зерна сприяло розвитку товарного зернового помелу, яке виросло в важливу фабрично-заводське галузь промисловості, а Одеса стала найбільшим центром борошна на півдні царської Росії. Сьогодні приміщення першої школи борошномелів – це Одеська національна академія харчових технологій.

Чому бринзи. Етнокультурні традиції регіону навколо м. Одеса не можуть існувати без бринзи. Бессарабія – сонячний край, що знаходиться на території України та Молдови, де готують смачну бринзу та вино. Однак самобутність Бессарабської культури досить багата, як і історія цього краю. Можливо, саме в бурхливих історичних подіях на цих територіях і криється секрет дивовижної культури Бессарабії. А через Привоз, ринок, який є містом найпопулярнішим і для туристів, і для мешканців міста, ця бринза і має основний спосіб просування та вживання в їжу.

Чому пива. Пиво в Одесі має історію, яку так необхідно мати для відкриття музею. У 1813 році на ділянці між Бугаївською та Балківською вулицями купець В. Кошелев влаштував пивзавод, так в Одеському градоначальстві протягом 1856-1859 роках була одна пивоварня. В 1862 році завод Кошелева придбав Й. Ансельм і

розширив підприємство, збільшив продуктивність заводу. В цей час пиво в місті пили переважно німці, але поступово воно проникнуло у вживання всього багатонаціонального та мультикультурного населення Одещини.

Без сумніву, ці ідеї не можуть втілюватися без бізнес-плану. Тому найважливішим у побудові нового музею окремої тематики з яким та креативним архітектурним рішенням стає поєднання інтелектуального капіталу та власності представників наукової та освітньої сфери закладів вищої освіти м. Одеси.

Література

1. Губарь, О. Функции Одесского строительного комитета в кон-тексте истории градостроительства Одессы / О. Губарь. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.odessitclub.org/publications/almanac>

2. Привабливість туристичного та дегустаційного бізнесу Одеської області : монографія / за заг.ред. Меліх О.О.; Одеська національна академія харчових технологій. – Київ : Хамелеон К, 2018. – 137 с.

3. 3 історії Одеської Національної Академії Харчових Технологій– [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.onaft.edu.ua/uk/history>