

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

12 – 13 жовтня 2017 р.

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА
ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Видання присвячене

115-річчю Одеської національної академії харчових технологій

**та 5-річчю Навчально-наукового інституту прикладної
економіки і менеджменту ім.Г.Е.Вейнштейна**

м.Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 12-13 жовтня 2017р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2017. – 291 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Каламан О.Б. – директор ННПЕіМ ім.Г.Е.Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Ангелов Г.В. – д-р філософії, проф., Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., доц., Купріна Н.М. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Рогатіна Л.П. – к.с.н., доц., Савенко І.І. – д.е.н., проф.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 3 від 03.10.2017 р.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису
Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність
наданих матеріалів

4. Головне управління статистики в Одеській області, 2014 / Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.od.ukrstat.gov.ua
5. Меліх О.О. Конкурентоспроможність української індустрії винного туризму / Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / за наук.ред. Д.І. Басюк. – Вінниця: ПП "ТД "Едельвейс і К", 2017. – 318 с.

ТЕМАТИЧНІ РЕСТОРАЦІЇ ЯК МІСЦЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Лазука К.Д., аспірант ОНУ І.І. Мечникова, асистент
Одеська національна академія харчових технологій

Сучасні дискусії про транснаціональні аспекти пам'яті часто зосереджуються на транскордонних "війнах пам'яті", політичних чи політично значущих комеморативних проектах, урочистих пам'ятних вшануваннях та зусиллях громадських організацій налагодити діалог довкола суперечливих історичних тем. Набагато менше уваги зазвичай приділено трансформації оповідей і образів "важкого" минулого в публічному просторі, призначеному для відпочинку, розваг та споживання поп-культури. А тим часом комерціалізація культур пам'яті набрала сили як власне транснаціональний феномен, і, як наслідок, створила попит на "підприємців пам'яті" зі специфічним "багатокультурним багажем", здатних поєднувати пошук прибутку з мистецькими інноваціями, культурним активізмом та політичною інтуїцією.

Як і будь-яка інша галузь економіки туристична індустрія спрямована на максимально можливе задоволення потреб людини. Тож у процесі оцінювання туристичної привабливості теорії необхідно зважати на запити, мотиви, смаки та ступінь задоволення потреб потенційних туристів.

Тематичні ресторани на сьогоднішній день мають стрімкий розвиток із сферою туризму одночасно, яка є однією з провідних галузей економіки. Тому обрана тема цієї роботи актуальна.

Туристи стають дедалі вибагливішими у виборі як туристичного маршруту, готелів, місць відпочинку, так і ресторанів, а їх неодмінно треба зацікавити. Отже, постає питання про більш детальний розгляд тематичних ресторанів, які представляють собою не лише заклад харчування, а й місця, які відвідують задля отримання нових яскравих вражень, щоб побачити щось нове і незвичайне. На сьогодні в світі з'являється досить велика кількість подібних закладів, більшість з них являються неповторними і досить вражаючими. Все це приваблює туристів з усього світу: чим незвичніший ресторан, тим більше людей прагнуть його відвідати, тому важливо розглянути хоча б найцікавіші та найоригінальніші тематичні ресторани. Тематичний ресторан прагне створити такий психологічний контекст, в якому гості відчують не просто комфорт, а відчують причетність того, що відбувається. Це передається за допомогою інтер'єру, уніформи офіціантів, типу обслуговування, музичного супроводу, ну і звичайно кухні. Чим ретельніше прописані деталі такого "театру", тим більше гість відчуває себе дійовою особою, тим більше задоволення від атмосфери. У тематичному

ресторані, поряд з реалізацією основної потреби в їжі, гість реалізує такі потреби, як потреба в враженнях, іноді в переживанні ностальгії за минулим.

Недоліки й переваги тематичних ресторанів як форми наближення до зниклих "інших" є наслідком цього проміжного положення. На відміну від музеїв, ресторани не мають статусу інституцій високої культури. Адже їх основна мета – отримання прибутку, а не поширення історичних знань, що були б засновані на наукових дослідженнях. Отже, ресторани пропонують дуже вузький простір для рефлексій і критичної взаємодії з інакшістю; клієнт має отримати задоволення від страв та атмосфери і "проковтнути" запропоновані оповіді й презентації. Будучи продуктом підприємців, котрі намагаються збалансувати свої культурні зацікавлення, комерційні інтереси та особисті вподобання, тематичні ресторани пропонують вибіркові, перекручені й часто відверто маніпулятивні інтерпретації минулого. Проте їхньою перевагою є задіювання відчуттів та емоцій (таких, як, наприклад, туга, цікавість, азарт, гордість, але також сором, почуття провини, жалю). Залучення кількох відчуттів при зустрічі із вказаною інакшістю стимулює роботу індивідуальної пам'яті і порушує звичний плін життя. У цьому сенсі як музеї, оснащені інтерактивними експонатами, так і тематичні ресторани використовують емоційний заряд зіткнення з інтимізованими туристичними ресурсами. В обидвох випадках сенсорні відчуття породжують певний неспокій і тривогу, адже вони натякають на незвідані можливості минулого та унікальну індивідуальність зниклих людей.

Нами було зібрано інформація про "підприємства пам'яті", нині діючих або існуючих в останні кілька років (Німеччині, Франції, Росії, США, Канаді, Польщі, Латвії). Аналізувалися ресторани, в назві яких присутнє слово "Одеса" ("Одеса", "Ах, Одеса", "Одного разу в Одесі", "Одеса-мама") або відсилання до одеської тематики: "Ланжерон", "Дерибас", "Дерибасівська". Розглядалися також заклади, що позиціонують себе як ресторан одеської кухні. У своєму дослідженні ми також торкаємося "підприємств пам'яті".

За результатами досліджень сучасних соціологів та філософів ми бачимо, що увага зосереджується саме на тематичних ресторанах високого рівня, які, з одного боку, орієнтовані на освічену публіку, а з іншого боку, не мають статусу об'єкта високої культури.

"Підприємства пам'яті" аналізувалися за трьома критеріями: кухня, інтер'єр, концепція. Обрана стратегія дозволила виділити кілька рівнів репрезентації "одеського міфу".

Перше, що слід відзначити, це висока продаваність одеської тематики в "підприємствах пам'яті". Що робить назву міста не просто впізнаною, але комерційно затребуваною.

Отже, що вкладається в поняття "одеської кухні" в проаналізованих "підприємствах пам'яті"? Єдиного набору страв тут немає. В "Одесі" на Брукліні нам запропонують російську і французьку кухні. Ресторан "Одного разу в Одесі" (Рига, Латвія) пропонує європейську, рибну і українську. Паризька "Одеса" орієнтує на французьку та європейську кухні. "Одеса мама" в Берліні запропонує українську кухню, а в Дрездені це буде російська і українська кухня. У Кельні ресторан має назву "російські млинці", хоча позиціонується як ресторан

російсько-української кухні: сільська традиційна кухня з сучасними тенденціями (пельмені, солоні огірочки, борщ, солянка, оселедець під шубою). У Німеччині – в "Одесі" нам запропонують грецьку кухню. Іноді в інтер'єрі взагалі немає нічого одеського, тобто привабливість тренда працює виключно на рівні назви кафе/ресторану. Досить рідко в інтер'єрах ми побачимо відсилання до сучасного міста, хоча вони є. Наприклад, ресторан "Одеса" в Тольятті представляє собою велику відкриту територію з павільйончиків, які розмічені одеськими назвами, причому назви дано по-українськи, тобто відсилають до сучасного міста в Україні. Панорамні фотографії Катерининської площі після реставрації може бачити відвідувач "Одеси" в Кельні. В основному зображення Одеси в інтер'єрах "одеських" ресторанів належать до часів до революції 1917 року. Так, в описі ресторану "Одеса" в Києві сказано, що це стильний заклад, доречний в інтер'єрі 30 кілометрів каната і стадо морських баранчиків. Між канатами відвідувач може побачити кілька зображень Одеси XIX століття. У будь-якому з цих закладів ми зустрінемо жарти в стилі "шоб я так жив", офіціантів в смугастих футболках і рятувальні круги в інтер'єрі.

Присутність історичних образів в "одеських" закладах може збити з пантелику людину, що має уявлення про реальний хід історії. В інтер'єрах "підприємств пам'яті" ми зустрічаємо дивовижні хронологічні мікси, які навряд чи слід списувати на умовно невисокий запит відвідувачів.

Якщо спробувати підвести підсумки дослідження в області репрезентації міфу Одеси в "підприємствах пам'яті", що знаходяться поза Одесою, можна окреслити загальним моментом – є мотив втраченого раю. Практично у всіх виявлених концепціях закладів присутній заклик насолодитися маминою їжею, "як в дитинстві", згадати дитячі поїздки на море до бабусі. Дача, веранда, затишний дворик – це пропонується практично будь-яким "Одеським" закладом.

Поза всяким сумнівом, погляд в бік "підприємств пам'яті" говорить нам не про минуле, а про сьогодні.

Як правило, творці тематичних ресторанів – це відкриті для світу інтелектуали чи люди з інтелектуальними амбіціями, які зацікавлені в тому, щоб привабити до своїх закладів небідних і освічених відвідувачів з європейським світоглядом. Політико-ідеологічна забарвленість запропонованого ними бачення "інакшості" не завжди чітко визначена, але, тим не менше, ці підприємці прагнуть знайти баланс між комерційним успіхом, особливостями місцевої культурної пам'яті і новими європейськими мнемонічними моделями, в основі яких усвідомлення моральної відповідальності та шанобливе ставлення до інакшості та її розмаїття. Це поєднання різних мнемонічних та моральних акцентів із прагненням задіяти сенсорний досвід та ностальгійні фантазії відвідувачів нерідко призводить до перетворення інакшості на такий собі "естетичний подразник" і так обмежує можливості вдумливого підходу до пропонованих нормативів і трактувань минулого.

Література

1. Ассман А. Рефреймируя память. Между индивидуальными и коллективными формами конструирования прошлого / А. Асмус [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gefeter.ru/archive/11839>.

2. Ассман А. Простори спогаду. Форми та трансформації культурної пам'яті / А. Ассман. – К. : Ніка-Центр, 2012. – 440 с.
3. Зерній Ю. Історична пам'ять як об'єкт державної політики / Ю. Зерній // Стратегічні пріоритети. – 2007 – № 1 – с. 71–76.
4. Культура історичної пам'яті: європейський та український досвід / за заг. ред. Ю. Шаповала. – К. : ІПЕНД, 2013.
5. Нарвселіус Е. Аромат пам'яті з присмаком ностальгії: тематичні ресторани в пограниччях Центрально-Східної Європи / Е. Нарвселіус // Україна модерна. Міжнародний інтелектуальний часопис [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://uamoderna.com/md/narvseliusthematic-restaurants-cee>]
6. Нарвселіус Е. "Зникле" населення й проблеми міської пам'яті в містах Центрально-Східної Європи Нарвселіус // Україна модерна. Міжнародний інтелектуальний часопис [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uamoderna.com/event/narvselius-vanished-people>.
7. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память / М. Хальбвакс // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2–3 (40–41). – [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ha2.html>.

ЧИННИКИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДИТЯЧОГО ВІДПОЧИНКУ ТА ТУРИЗМУ

Сандул С.О., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій

Дитяче дозвілля, відпочинок та туризм починається з невеликих поїздок – дошкільних та шкільних екскурсійних турів, організація яких відповідальніша за будь-який вид туристичної діяльності. Ринок дитячого туризму найбільш представлений у таких країнах як Чехія, Угорщина, Словенія, Італія, Туреччина, Греція, Кіпр, Велика Британія. Попит на дитячий туризм, так само як і пропозиція, носить яскраво виражений сезонний характер і залежить, як правило, від шкільних канікул. Літній період вважається найбільш «високим» сезоном, оскільки саме в цей період попит і пропозиція однаково стабільні. Нажаль вітчизняний внутрішній дитячий туризм не можна характеризувати ані показниками стабільності, ані показниками якості, ані економічною привабливістю для більшості сімей, ані високими показниками безпеки.

Тому обрана тема дослідження актуальна, бо саме системний підхід в організації будь-якого туризму – це синергійність якості, економічної привабливості, безпеки, спрямовує до стабілізації.

Можна виокремити кілька основних видів дитячого туризму в Україні: екскурсійні тури для школярів, спортивні тури (скоріш спортивно-туристські змагання), лінгвістичні тури та відпочинок у лінгвістичних таборах, відпочинок у рекреаційних та оздоровчих таборах.

Виїзний туризм з України більш представлений спортивно-туристськими змаганнями, концертними програмами, лінгвістичними таборами, екскурсійними турами в міжнародні центри відпочинку та рекреації, освітніми турами.

- Шевченко Г. А., Ангелов Г. В.
82. СОВЕСТЬ КАК НРАВСТВЕННАЯ КАТЕГОРИЯ И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ 251
Шевченко А. А., Ангелов Г.В.
83. ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ НРАВСТВЕННЫХ НАЧАЛ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА В СОВРЕМЕННЫХ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ 254
Тодорова С. Н.
84. ПРИОРИТЕТНІ ВЕКТОРИ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ХАРАКТЕРУ В СУЧАСНОМУ СОЦІАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ 258
Черкаський А.В., Петракова Є.Р.
85. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГУМАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ 261
Черняк Г. А., Кириченко И.А., Даниель Рыков
86. НРАВСТВЕННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ АКТИВНЫХ ПОЗИЦИЙ В ДЕЛЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ У 266
Черняк Г. А., Кириченко И.А., Даниель Рыков, Крылов Н.Г., Руммо В.В.
87. ТЕРОР ЯК СОЦІАЛЬНО-БЕЗВІДПОВІДАЛЬНИЙ ПРОЯВ СЛАБКОЇ ВЛАДИ 268
Шишко О.Г.
88. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ 270
Колтунович О.С.
89. НЕОБХОДИМОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕМЛИ В УКРАИНЕ 272
Криницкая О.А.
90. ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ 274
Фомічова К.Б.
91. ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГРАДСЬКОГО РАЙОНУ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ВИННИХ ТУРІВ 278
Кисса М.Р.
92. ТЕМАТИЧНІ РЕСТОРАЦІЇ ЯК МІСЦЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ 280
Лазука К.Д.
93. ЧИННИКИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДИТЯЧОГО ВІДПОЧИНКУ ТА ТУРИЗМУ 283
Сандул С.О.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 3 від 03.10.2017 р.

Підписано до друку 03.10.2017. Формат 60x90/16.
Папір офсетний.
Ум.друк.арк. 20,56.
Тираж 1000 екземплярів.

Видавництво «Студія «Печать»
м.Одеса, п-т Адміральський, 38, офіс № 8
www.pechat.od.ua