

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

3. Кейтеринговая компания «Фигаро-Кейтеринг» творцы уникального кейтеринга Украины [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://www.wedme.com.ua/interviews/2016/04/19/keyteringovaya-kompaniya-figaro-keytering-tvorcy-unikalnogo-keyteringa-ukrainy.html> . – Название с экрана.

4. Официальный сайт компании «Бон Аппетит Кейтеринг Одесса» [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://bonappetite.com.ua/furshet/> . – Название с экрана.

5. Официальный сайт компании «Citadel Inn Hotel & Resort» [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://ru.citadel-inn.com/biznes/keitering/> . – Название с экрана.

6. Официальный сайт компании «Світ Свят» [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://svit-svyat.dp.ua/catering/fourchette.htm> . – Название с экрана.

Валигурский Александр, бакалавр, спец. «Отельно-ресторанное дело»,
научный руководитель – к.т.н. доц. Ряшко Г.М.,
Одесская национальная академия пищевых технологий,
г. Одесса

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРИТ ФУДА В УКРАИНЕ

В наше время, более чем 2,5 млрд. людей питаются стрит фудом. Это связано далеко не с тем, что у людей нет денег, а с тем, что у них катастрофически не хватает времени. Если раньше были распространены посиделки в уютных кафе, то сейчас ритм жизни вносит свои коррективы. Раньше стрит фуд считался простой незатейливой едой, которой питались только бедные люди. Сейчас же, этот подход кардинально поменялся. Что касается Украины, то культура потребления уличной еды в среднем увеличивается на 30 % в год [1].

Емкость рынка уличной еды эксперты оценивают более чем в \$2 млрд., он по-прежнему привлекает и готов принять новых игроков, ведь спрос удовлетворен далеко не полностью – порядка 65 % в Киеве и лишь на 30-40 % – в остальных регионах страны [1]. Эксперты рынка убеждены, что если открыть точку street food в марте-апреле, то она окупиться уже через полгода, так как рентабельность продаж летом достигает 30%, тогда как зимой – максимум 15 % [1].

Раньше уличная торговля ограничивалась шаурмой, хот-догами и бабушкиными пирожками. Сегодня же рынок, во-первых, стремится к полезной еде, а во-вторых – к постоянному увеличению ассортимента продукции. В результате украинский стрит фуд предлагает много фрэша, натурального кофе, сэндвичей, салатов и свежиспеченной пиццы. Конечно, шаурма никуда не пропала, но на лидирующих позициях уже давно кондитерские

изделия. Одесса тому яркий пример. Это еще одна тенденция рынка стрит фуда в Украине – преобладание сладостей: бельгийские вафли, слоеная выпечка, пончики, булочки, блинчики и мороженое. Причина пока не ясна: то ли украинцы действительно такие сладкоежки, то ли предприниматели просто не рискуют предлагать что-то новое.

В кризис каждый предприниматель, открывая свое дело, старается придерживаться правила: "вложи минимум, получи максимум". Сейчас люди, у которых есть деньги, считают их, и вряд ли согласятся на то, чтобы вложить миллионы в какой – либо проект. Поэтому, сегмент стрит фуда является самым привлекательным, наименее затратным по вложениям, и, конечно же, готовым принимать в себя новых инвесторов.

Попробуем спрогнозировать, что может вызвать настоящий бум в Одессе ближайшие годы. Итак, Одесса – город, в котором ежегодно проходит огромное количество ярмарок, цимесов, гешейтов и т.д. К этому всему добавить множество мест с шаурмой, пирожками, сюда же добавляем некоторые заведения, которые тоже, как ни странно предлагают большой ассортимент стрит фуда, только немного в другом формате. Казалось бы, ну куда ещё можно поставить свой бизнес и делать его прибыльным? Предлагаем несколько вариантов решений.

Вариант №1: не придумывать ничего лишнего и просто купить франшизу у известной ТМ. Узнаваемый бренд всегда вызывает больше доверия у покупателей, нет необходимости много думать над различными процессами, обучением персонала и т.д. Франчайзи это все разрабатывают, а предпринимателю остается лишь следовать четкой стратегии. Вариант отличный с точки зрения вложений и сложности, но, интересна ли будет людям очередная точка стрит фуда с обыденным ассортиментом и средними ценами? Или же сделать цены более конкурентными, или же ввести в меню что-либо оригинальное, необычное, то, чего нет даже у людей, у которых была куплена франшиза? Следует не забывать, что приобретение франшизы значит, что любые изменения в цене, ассортименте продукции необходимо согласовывать. И нет гарантии, что тот уникальный продукт, который будет придуман, не будет введен в другой точке франшизы.

Вариант №2: создание своего бизнеса, с похожей на уже существующие концепции, со всеми вытекающими последствиями: поиск помещения, персонала, места приобретения оборудования, работа над всеми разрешительными документами, и много – много разных мелочей, которые займут уйму времени. Что касается продукции, то, по моему мнению, в Одессе не хватает оригинальности и качества продукта. Поэтому, если сделать продукт качественным, оригинальным и по разумной цене, очереди будут стоять большие. К примеру, открытие новой бургерной, небольшого размера около 10 м², с ассортиментом из 10 видов бургеров, гарниров к ним, различных напитков и 2-3 десертов. С одной стороны подобная концепция не отличается какой-то необычностью. Но с другой стороны качественная вкусная

большая котлета, которая пожарена не на масле, хрустящая булка, приготовленная на специальном подогревателе, который за считанные секунды из холодной булки делает её нежную с одной стороны и хрустящую с другой стороны, а также вариант выбора других соусов, кроме кетчупа и майонеза. В итоге, мы получаем большой сочный и вкусный бургер из качественных продуктов. К нему подойдет гарнир – картофель фри, посыпанный сверху сыром твердых сортов, тонкими полосками бекона и залитый жидким сыром, который распространен пока только в США, и в странах СНГ пока он является эксклюзивом. Итоговая стоимость такого предложения вместе с напитком в подарок будет колебаться в пределах 60-70 грн. Именно такой формат бургерной будет иметь большой успех в ближайшем будущем. Ценовая политика в этом случае будет слегка выше, нежели у конкурентов, но, это компенсируется за счет качественных продуктов.

Вариант № 3: создание своего бизнеса, с оригинальной концепцией, основанной на украинской кухне. Украинская кухня имеет глубокие корни и достаточно оригинальна, но при открытии новых заведений об этом постоянно забывают и делают упор на иностранные концепции – шаурма, бургеры, суши, китайская лапша. Но мы живем в Украине и нам есть чем удивить иностранных гостей и своих соотечественников. Не зря говорят, что опытный турист, который приезжает в другую страну, сразу же пробует стрит фуд. Ведь в нем отображается весь колорит, традиции народа. Так почему бы не придумать аналог американским бургерам? Например, для этой цели подходят галушки. Это же простое высокомаржинальное блюдо, которое не требует много усилий. К галушкам можно подавать по выбору заправку, например, мясную, сырную и т.д. И простое блюдо становится вкусным, оригинальным, а самое главное, традиционным и запоминающимся. Добавляем еще несколько вариаций блюд украинской кухни, например, вареники с вишней, с картофелем, с капустой. Подаем для удобства в бумажных коробочках по типу китайской лапши. Делаем небольшой ассортимент классических напитков (вода, соки, узвар, чай, кофе и т.д.). Бизнес идея готова, хотя и требует серьезной проработки.

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок стрит фуда достаточно насыщенный, но не отличается большим разнообразием, ему есть куда расти и стремиться. Необходимо вводить на рынок стрит-фуда Украины новые оригинальные концепции, основанные на национальном колорите с использованием локальных качественных продуктов. Но здесь, как и в любом бизнесе, следует действовать четко прописанной стратегии.

Литература

1. Официальный сайт HoReCa. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://horeca.ua/articles/la-pizza-espresso3>. – Назва з екрану.

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 Катерина</i> ЮГО-ВОСТОЧНА 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 КАЧЕСТВЕ 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 НИЗЬКОКАЛОРИЙНОГО 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>Андрашуляк 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