

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет інноваційних технологій харчування,
ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

**ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
*III Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції
студентів та аспірантів*

13-14 листопада 2013 р.

Одеса
Фенікс
2013

УДК 640.41:349,9: 316,4
ББК 65.432

Керівництво оргкомітету:

Голова:

Егорев Б. В. — д. т. н., професор, ректор Одеської національної академії харчових технологій;

Заступник голови:

Капельяніц Л. В. — д. т. н., професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків;

Дідух Н. А. — д. т. н., професор, директор Навчально-наукового технологічного інституту харчової промисловості імені М. В. Ломоносова;

Дишкантюк О. В. — к. т. н., доцент, декан факультету інноваційних технологій харчування, ресторанно-готельного і туристичного бізнесу;

Тележенко Л. М. — д. т. н., професор, завідувач кафедри технології ресторанного та оздоровчого харчування;

Саркісян Г. О. — к. т. н., заступник декана факультету інноваційних технологій харчування, ресторанно-готельного і туристичного бізнесу.

Редакційна колегія:

Дишкантюк О. В. — к. т. н., доцент, декан факультету інноваційних технологій харчування, ресторанно-готельного і туристичного бізнесу (головний редактор);

Новічкова Т. П. — к. т. н., доцент кафедри ресторанно-готельної справи і туризму;

Федосова К. С. — к. т. н., доцент кафедри ресторанно-готельної справи і туризму;

Саламатіна С. Є. — к. т. н., доцент кафедри ресторанно-готельної справи і туризму;

Олійник В. Д. — к. геогр. н., доцент кафедри ресторанно-готельної справи і туризму;

Салавеліс А. Д. — к. т. н., доцент кафедри технології ресторанного та оздоровчого харчування;

Мутузова В. О. — інженер I категорії Науково-дослідного інституту Одеської національної академії харчових технологій.

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори.

ISBN 978-966-438-750-4

© Одеська національна
академія харчових технологій, 2013
© Оформлення ПП «Фенікс», 2013

ГОТЕЛЬНА ТА РЕСТОРАННА ІНДУСТРІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Оксана Рудик

*ОКР спеціаліст, спеціальність «Готельна і ресторанна справа»,
науковий керівник — канд. екон. наук, ст. викладач А. М. Іванов,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса*

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ В СФЕРІ ПОСЛУГ

В сучасних умовах економіка України зорієнтована на підвищення конкурентоспроможності. Надзвичайно важливого значення набуває активізація інноваційної діяльності, оскільки без цього неможливим є здійснення прогресивних структурних зрушень у країні, суттєве оновлення реального сектору й забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави. У наш час нововведення охоплюють усі сфери людської діяльності, радикально впливають на процеси господарювання, змінюють соціально-економічні відносини у суспільстві. Неперервні і постійні інновації стають необхідною та природною формою існування будь-якої фірми, забезпечують їй конкурентоспроможність і виживання на ринку.

Метою роботи є визначення особливостей інноваційної діяльності у сфері послуг та вибору першочергової інновації у сфері готельно-ресторанного господарства.

Однією із головних і позачергових інновацій, поряд із модернізацією підприємств, — слід вважати залучення на кожному етапі виробництва послуг у всіх структурах і підрозділах кваліфікованих, молодих перспективних управлінців (менеджерів), так як нове покоління менеджерів націлене на удосконалення та покращення особистого рівня знань та навиків. Здатність до швидкого засвоєння та переробки інформації, закордонний досвід роботи, численні тренінги, семінари практики роблять молодих спеціалістів більш обізнаними для роботи в сфері готельно-ресторанного господарства. Фахівці мають новий сучасний прогресивний погляд на проблеми та на шляхи їх вирішення. Нове покоління менеджерів вже не пам'ятає закони планової економіки і здатне використовувати і впроваджувати у виробництво послуг нові системи управління, а також

східному регіоні України. Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2009. — №28. — С.71-74.

2. Афанасьев О.Е., к.геогр.н., доц., Дніпропетровський національний університет Індустріальна спадщина в культурі і ландшафті: Матеріали ІІ всеукраїнської наукової конференції. — К.: ДАККІМ, 2007. — С.205-211.

3. Чередниченко О.Ю., Чередниченко А.О. Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2009. — №28. — С.71-74.

4. Электронный источник: <http://www.ditb.donbass.com/konferentsii/116-sk2012.html>

Олена Побережна, Маргарита Пуховець

2 курс, напрям підготовки «Туризм»,
науковий керівник — канд. геогр. наук, ас. С. Г. Ярьоменко,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

МАРКУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ШЛЯХІВ У САМОДІЯЛЬНОМУ ТУРИЗМІ

Самодіяльний туризм — це форма неорганізованого туризму, де туристичні послуги забезпечуються на основі самодіяльності туристів [2]. Туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують самостійне харчування, нічліг і місце відпочинку, намічають і здійснюють екскурсії. Як правило, даний туризм характеризується активними способами пересування. При цьому маршрут, склад туристичної групи, спорядження, забезпечення продуктами харчування, способів пересування й фінансування організується самостійно, або за підтримки туристичних клубів, секцій, громадських організацій.

До 1990 р. самодіяльний туризм існував як суспільний рух і реалізовувався через різноманітну систему туристичних клубів та інших громадських організацій. В самодіяльному туризмі були задіяні близько 7 млн людей, включаючи всіх учасників туристських походів: оздоровчих, вихідного дня, спортивних і т. д., а також проводилися походи, злети та змагання приблизно для 15 млн людей. При цьому кількість учасників спортивних категорійних походів, які дають право на присвоєння спортивних розрядів та звань з туризму, склала близько 140 тис. людей. Всі заходи самодіяльного туризму фінансувалися за рахунок коштів рад профспілок [3].

Маркування включає використання різних видів марок (знаків), напрямкових стрілок, вказівників й інших знаків, які несуть необхідну для туриста-краєзнавця інформацію і допомагають йому орієнтуватися на місцевості [1]. Самі знаки залежно від змісту нанесеної на них інформації поділяють за такими групами: напрямкові; інформаційні; попереджувальні.

Головний елемент маркування (знакування) — **туристична марка** — знак, нанесений фарбою на камінь, кору дерева, поверхню скелі тощо, який має форму прямокутника, на білому полі якого нанесена кольорова смуга або поставлений на кут квадрат [3,4] (табл. 1).

Таблиця 1.

Колір туристичної марки відповідно до способу пересування шляхом [5]

Спосіб пересування шляхом	Колір маркера
Піший	Жовтий
Велосипедний	Зелений
Лижний	Червоний
Кінний	Чорний
Водний	Синій

Українські науковці, провідні краєзнавчі спілки працюють над розробкою нової системи туристичного маркування (знакування). На практиці навіть у межах окремих областей єдиного Карпатського туристичного регіону досі використовуються відмінні між собою системи маркування (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області) [5,6,7]. Це ускладнює пересування гірськими маршрутами міжрегіонального значення.

Лише 10% з усіх промаркованих маршрутів є якісними. Загалом, спеціальними відмітками позначено лише 1 % з існуючих туристичних шляхів. У самодіяльному туризмі низький рівень кількості інформаційних щитів з описом маршрутів, стовпів із вказівниками, марками на природних об'єктах, які підтверджують вірний маршрут, карт з промаркованими маршрутами.

На наш погляд, у знакуванні туристичних маршрутів повинні бути задіяні виконавчі органи влади, які надаватимуть максимальну підтримку у фінансах та розвитку туристичного маркування на

території держави. Це допоможе не тільки українським туристам, але й мандрівникам з інших країн, що буде приваблювати іноземний потік туристів.

Список використаних джерел

1. ГОСТ 28681.1-95. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг.
2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України, 2004, № 13, ст. 180.
3. Маркировка туристских маршрутов. Методические рекомендации. — М.: Центральный совет по туризму и экскурсиям, Центральное рекламное-информационное бюро «Турист», 1975.
4. Маркировка велотуристских маршрутов. Методические рекомендации. — Минск: ОО «Минское велосипедное общество», 2012. — 14 с.
5. Проект ДСТУ «Послуги туристичні. Знакування туристичних шляхів. Загальні вимоги». — К.: Держспоживстандарт України, 37 с.
6. Рекомендації щодо стандартизації паспортизації та маркування туристичних шляхів в Закарпатській області. — Ужгород: КП «Агентство регіонального розвитку та транскордонного співробітництва «Закарпаття» Закарпатської обласної ради», 2013. — 38 с.
7. Система туристичного знакування Львова. — Львів: Центр туристичної інформації, Львівська міська рада, 2013. — 13 с.

Анастасія Олійник, Катерина Опанасюк
*5 курс, спеціальність «Туризмознавство»,
науковий керівник — доктор геогр. наук, проф. О. О. Любіцева,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КІНОТУРИЗМУ ЯК ЗАСОБУ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Мистецтво кінематографії, що набуло стрімкого розвитку у минулому столітті, займає провідне місце в організації дозвілля сьогочасного суспільства. Кіно є доступним для кожного джерелом інформації, яке дозволяє інтегрувати знання людей всього світу, створювати уяву про сучасні культурні тенденції,

формувати імідж країн. Незважаючи на те, що перегляд кіно можна вважати пасивною формою відпочинку, у глядачів часто виникає бажання співставити свої враження від побаченого на екрані з дійсною атмосферою місця зйомок улюбленої кінострічки. Зазначений факт дає змогу стверджувати про формування нового виду подорожування, що дістав назву кінотуризм.

Кінотуризм - це різновид туризму, метою якого є відвідання місцевості, пов'язаної з теле- та кіноіндустрією [2]. Для фанатів фільму або серіалу більшим задоволенням є побачити на власні очі місця проживання улюблених персонажів, аніж просто оглянути туристські дестинації. Так, наприклад, відомі пам'ятки Великобританії — Крайст Черч, Бодліанська бібліотека (Оксфорд), замок Анік (Нортумберленд), Глостерський кафедральний собор — зараз позиціонуються не як важливі об'єкти історичної спадщини, а, перш за все, місця зйомок популярного фільму «Гаррі Поттер». За підрахунками компанії British tours, маршрут по місцях зйомок «Гаррі Поттера» є найпопулярнішим серед подорожуючих, що відправляються в тематичні тури по Великобританії. За п'ять років компанія відправила в цей тур близько 700 груп - на 50% більше, ніж у Стоунхендж, який посідає друге місце у рейтингу популярності [3].

Зйомки місцевості у фільмах мають ефект прихованої реклами, адже на підсвідомому рівні глядача виникає бажання відвідати показані на екрані туристські об'єкти. Проте, якщо прихована реклама повністю присвячена економічним досягненням конкретного товару, то вибір об'єкта оточуючого середовища для зйомок несе спонтанний характер та керується сюжетом сценарію. Таким чином особливістю маркетингу туристських дестинацій за допомогою фільмів є неможливість планування вибору кінострічки як рекламного засобу. Це означає, що для просування турпродукту можна використовувати лише вже створені зразки кіномистецтва, враховуючи ступінь їх впливу на аудиторію. Наймасштабніше значення для розвитку подорожей завдяки світовій кіноіндустрії мають такі фільми як «Зоряні війни» (місця зйомок знаходяться в Тунісі), «Володар Кілець» (Нова Зеландія), «Гаррі Поттер» (Великобританія), «Пляж» (о. Пхі-Пхі, Таїланд), «Код да Вінчі» (Париж, Шотландія), «Величне століття» (Туреччина), «Сніданок у Тіффані» (Нью-Йорк), «Турист» (Венеція), серіал «Шерлок» (Лондон), серіал «Гра престолів» (Хорватія, Ісландія, Шотландія).

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ:
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

<i>Марія Щепакіна</i> ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В УКРАИНЕ	129
<i>Олена Побережна, Маргарита Пуховаць</i> МАРКУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ШЛЯХІВ У САМОДІЯЛЬНОМУ ТУРИЗМІ	132
<i>Анастасія Олійник, Катерина Опанасюк</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КІНОТУРИЗМУ ЯК ЗАСОБУ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ	134
<i>Наталія Качан</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	138
<i>Оксана Рудык, Лилія Качмар</i> МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ КУРОРТА «ТРУСКАВЕЦ». РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТІЙ ПО ПРОДВИЖЕНІЮ	142
<i>Аня Андрощук, Валерія Ліпкан, Надія Федорова</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОЇ ТА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ У 2011-2012 РОКАХ	145
<i>Виолетта Фишер, Виталий Мезенцев</i> АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ	149
<i>А. Владимирова, В. Михайлова</i> ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	152
<i>Аня Андрощук</i> ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННОЙ И КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ	156

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. III Всеукр. міжвуз. наук. конф. студ. та аспір. (13-14 листопада 2013 р., м. Одеса) / за заг. ред. проф. Б. В. Єгорова — О. : Фенікс, 2013. — 164 с.

Рос., укр. та англ. мовами.
ISBN 978-966-438-750-4

Збірник містить матеріали наукових досліджень розглянутих на III Всеукраїнській міжвузівській науковій конференції студентів та аспірантів, що була проведена на базі факультету інноваційних технологій харчування, ресторанно-готельного і туристичного бізнесу Одеської національної академії харчових технологій. Дослідження учасників стосувались багатьох актуальних проблем сучасної індустрії гостинності та туризму.

Робочі мови конференції: українська, російська, англійська.
Матеріали доповідей та повідомлень видані у авторській редакції.

УДК 640.41:349,9: 316,4
ББК 65.432