

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:

Капельяниця 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

смаженого м'яса. Такі спеції як імбир, розмарин та куркума містять велику кількість антиоксидантів, які перешкоджають утворенню гетероциклічних амінів під час смаження м'яса при високих температурах. Було встановлено, що використання цих спецій знижує утворення канцерогенних речовин приблизно на 40%, причому найвищий ступінь захисту забезпечує розмарин — його вживання зменшує вироблення амінів на 61-79 %, а екстракт кореня куркуми здатний знищувати ракові клітини.

Маринади і соуси, до складу яких входить гострий перець, імбир, часник і інші прянощі, у великій кількості містять натуральні антиоксиданти, тому вважаються надзвичайно корисними при приготуванні барбекю. При цьому соуси з додаванням імбиру мають більше виражені властивості, ніж інші.

Серед прянощостей, які уживаються у вигляді ефірних олій, найкращим антиоксидантним ефектом володіє гвоздика.

Таким чином, дотримання певних рекомендацій при готуванні смажених м'ясних виробів та використання супутніх продуктів з вираженими антиоксидантними властивостями здатні виключити, або значно зменшити шкідливий вплив канцерогенів на організм людини. У будь-якому випадку смажене м'ясо рекомендується вживати в їжу не частіше, ніж 4 рази на тиждень.

Список використаних джерел

1. Жвиташвили Ю. Б. Рак и питание / Ю. Б. Жвиташвили. — СПб: ЭЛБИ, 2010. — 368 с.
2. Heterocyclic amine content in commercial ready to eat meat products / [Kanithaporn Puangsombat, Priyadarshini Gadgil, Terry A. Houser, Melvin C. Hunt, J. Scott Smith] // Meat Science. — 2011. — Vol. 88 (2). — P. 227-233. Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0309174010004559>
3. Red meat and poultry, cooking practices, genetic susceptibility and risk of prostate cancer: results from a multiethnic case-control study / [Amit D. Joshi, Roman Corral, Chelsea Catsburg et al.] // Carcinogenesis. — 2012. — Vol. 33 (11). — P. 2108-2118. Режим доступа: <http://carcin.oxfordjournals.org/content/33/11/2108>

Михаил Скубий

2 курс, направление подготовки «Технологии пищевой воды и водопроводки пищевых производств».

научный руководитель — д. м. н., проф. Т. В. Стрикаленко,
Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса

МЕНЕДЖМЕНТ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАСФАСОВАННОЙ ВОДЫ

Вода необходима для существования и развития жизни. Эту общеизвестную истину афористически выразил швейцарский ученый Дюбуа: «вода - это жизнь, а жизнь - это вода». Не случайно люди в древние времена всегда старались селиться вблизи водопиточников. Водные ресурсы наряду с земельными являются критически важными для цивилизации, так как система обеспечения жизни человека построена на «мокрых», т.е. использующих воду, технологиях. Как бы ни называли современное общество — постиндустриальным, информационным, постмодернистским, но его основой служат не промышленные предприятия или информационные сети, а производство продовольствия, которое немыслимо без воды, как и жизнь самого человека [1].

Ресторанный бизнес получил новое развитие в XXI веке и сегодня по своей популярности занимает лидирующие позиции в мире. Этот бизнес доступен как для крупных бизнесменов, так и для мелких предпринимателей, которые, в свою очередь заинтересованы в предоставлении оптимальных услуг для своих клиентов, и использование качественной воды не является последним аспектом. Конечно, для приготовления пищи в ресторанах можно использовать водопроводную воду, которая уже имеет некоторую очистку, но она в большинстве случаев мало пригодна для непосредственного употребления. Так, по официальным данным санитарно-эпидемиологической службы Украины в 2012 г удельный вес проб водопроводной воды, которые не отвечали санитарным нормам по санитарно-химическим показателям, составил, например, в Луганской области 46,1%, в Николаевской — 24,2%, в Ровенской области — 22%, что значительно превышает средние показатели по стране (12,9%). Такая вода способна изменить вкус и/или цвет блюд. Особенно это важно в приготовлении кофе и чая, ведь тонкий аромат этих напитков не раскроется при использовании жесткой или хлорированной воды, а в случае

наличия в воде и других загрязнений напитки изменяют вкус и запах, а главное — полезность [2]. Именно поэтому, с нашей точки зрения, расфасованные питьевые воды представляет интерес для всех категорий их потребителей, представителей торговых и контролирующих организаций, предприятий отельно-ресторанного сервиса др.

Действительно, в 90 странах мира в 2007 - 2012 гг. отмечен рост потребления расфасованной воды на уровне 27 % (с 212 млрд л до 288 млрд л), причем наиболее быстрыми темпами развиваются рынки расфасованной питьевой воды в государствах Азиатско-Тихоокеанского региона и Африки (в связи с интенсивным развитием там туризма), которые потеснили страны Западной Европы с первых мест. «Здоровье становится все более и более влиятельным фактором в выборе потребителями именно бутилированной питьевой воды», — прокомментировал эти материалы G.Roethenbaugh, Исследовательский директор «Zenith Int» [3].

Основными потребителями расфасованной воды на сегодняшний день являются:

- бизнес-центры и офисы — для снабжения питьевой водой сотрудников;
- кафе и рестораны — для питья и приготовления пищи;
- частные лица — для питья и приготовления пищи;
- вендинговые компании — для приготовления кофе и чая в кофе-машинах.

Несомненными преимуществами расфасованной воды (то есть воды, расфасованной в емкости от 0.25 л до 18.9 л) следует отметить:

- доступность (многие фирмы занимаются доставкой в офис и квартиру),
- простота в потребление (вода полностью подготовлена и не требует дополнительной какой-либо обработки),
- отсутствие потребности в установке сложного и дорогостоящего оборудования для очистки воды (из скважин или водопроводной),
- качество воды сохраняется на протяжении длительного времени, что очень важно и позволяет ресторанам и заведениям общественного питания бесперебойно функционировать, обеспечивая качественной пищей потребителей.

Наряду с перечисленными достоинствами, следует отметить и недостатки. На современном рынке не вся вода, которую продают

как расфасованную, соответствует государственному стандарту качества, встречается и фальсификат, который очень сложно заметить без проведения соответствующих анализов. Поэтому, знание поставщика (производителя) расфасованной воды является важным условием обеспечения вышеуказанных потребителей действительно качественной питьевой водой.

Рассматривая менеджмент как совокупность средств организации для оптимизации деятельности предприятия (ресторана, кафе) и получения конкретного результата (увеличения потока посетителей благодаря повышению качества продукции) при грамотном использовании такого пищевого продукта как бутилированная питьевая вода, мы посчитали возможным обратить внимание на опыт некоторых ресторанов Италии и США, где появились эксперты по питьевой воде — «водные сомелье». Главный управляющий и «водный сомелье» бара Ray's and Stark (Лос-Анджелес, США) Мартин Риз составил специальную «карту», в которую вошли 20 видов минеральной воды из 10 стран мира. Она подается к ужину - вместе с винной картой и меню. Каждая позиция в карте снабжена подробным описанием, включая подробности о вкусе воды, содержащихся в ней минералах и «общем количестве растворенных твердых веществ», которые, по мнению Риза, влияют на вкус напитка. Самая дорогая бутылка воды в заведении обойдется в \$20: ее поставляет в бар канадский бренд Berg. Водные бары становятся популярными в США (в ресторанах Нью-Йорка, Вашингтона и некоторых других городов они открылись уже к концу 2012 г) [4].

Однако первый опыт успешной продажи в специальном баре ресторана «только воды» предпринял еще в 2011 г итальянец Анжело Лауриа: здесь продают воду, только воду и ничего, кроме воды. Вода, насыщенная кислородом, вода с мятой и анисом, хлоридная и гидрокарбонатная, сульфатная и натриевая, кальциевая и магниевая. Почти 300 видов воды со всего света. Анжело Лауриа: «Мы хотели показать значимость воды, создать достойное оформление, чтобы те, кто сюда заходит, сразу понимали, что вода — это не такая простая вещь, как они, возможно, думали и нельзя ее недооценивать». Действительно, водный сомелье знает, какую воду лучше выбрать к мясу, какую к рыбе, какой водой лучше завершать трапезу, а какую заказать в качестве аперитива. «Вы почувствуете яркую кислотность во рту, кислотность делает свое дело, у вас разыграется аппетит, у вас начнет выделяться желудочный сок, что для аперитива является главной задачей».

Таким образом, использование бутилированной воды является неотъемлемой частью современного ресторана — это связано с высоким качеством предоставляемой продукции, удобством и простотой ее потребления, оптимальными условиями хранения и повсеместным распространением. Инновации в этой сфере, как и повышение культуры потребления воды посетителей ресторанов, могут стать важным инструментом оптимизации их управления.

Список использованных источников

1. Гончарук В. В. Наука о воде. — К.: Наукова думка, 2010. — 512 с.
2. Кузьменко Н.В., Кос'янчук Н.І. Вимоги до якості питної води при виготовленні продуктів харчування. // Наукові здобутки молоді у вирішенні актуальних проблем виробництва та переробки сировини, стандартизації і безпеки продовольства: зб. праць — К., 2011—С.58-59.
3. IBWA Comments on National Park Service's Contradiction about Bottled Water and Healthy Food Standards./ Media Release, June 24, 2013. — 5 p.
4. <http://www.watermarket.ru/articles/10091>.

Екатерина Ивченко

ОКР специалист,

*научный руководитель — к. т. н., доцент А. Д. Салавелис,
Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса*

СПОРТИВНОЕ ПИТАНИЕ

Спортивное питание — это препараты и пищевые концентраты, разработанные для людей, активно занимающихся спортом, и предназначенные для улучшения спортивных показателей: повышения силы и выносливости, увеличения мышечной массы и т. д. [1].

Главный принцип такого питания — сбалансированность и достижение определенной спортивной цели. Энергией для каждой клетки является гидролиз АТФ (Аденозинтрифосфат), который синтезируется клетками организма из углеводов. Углеводы играют важную роль в энергетическом обеспечении жизнедеятельности. Белки пищи используются клетками организма как основной

материал для строительства тканей. Они могут быть отправлены на производство АТФ, но с затратой большего количества энергии. Белки усваиваются клетками организма с помощью сигнала, подаваемого гормоном инсулином. Соотношение поступления белков и углеводов не должно превышать одной четверти белков по отношению к углеводам, тогда количество потребляемого инсулина хватит для усвоения белка. Оптимальное количество белка, потребляемого человеком в день, может составлять, примерно 7 г на килограмм сухого веса человека [2].

Общее количество белка, потребляемого человеком в день, может составлять примерно, 0,7 г на килограмм сухого веса человека. Общее количество белка, которое должен потреблять атлет, примерно, от 1г до 1,5 кг на килограмм веса [2].

Спортивные добавки являются «концентрированной пищей», которая состоит из тех самых компонентов, что и наша еда, но усваивается намного быстрее и лучше, но тем не менее это не говорит о том, что спортивное питание, т.е. белково-углеводные коктейли или гейнеры должны заменить нормальный рацион питания спортсмена. Спортивное питание является лишь добавкой к основной пище [1].

Разные продукты усваиваются с разной скоростью, в зависимости от его гликемического индекса. Гликемический индекс — параметр, характеризующий скорость усвоения того или иного углевода в организме. Гликемический индекс определяется количеством глюкозы в крови после употребления какого-либо продукта, содержащего углеводы. Соответственно, чем быстрее углеводы усваиваются в кишечнике, тем быстрее повысится уровень глюкозы в крови и тем выше будет гликемический индекс данного продукта [3].

Перед физической нагрузкой употребляют быстро усваиваемые продукты, а на период сна — медленно усваиваемые. Наибольшее время для переваривания требуется липидам, затем белкам и наиболее быстро усваиваются углеводы.

Спортивные нагрузки сопровождаются большим расходом энергии, гипоксией (кислородным голоданием), значительным нервно-психологическим напряжением, что обуславливает повышенную потребность организма в энергии и отдельных пищевых веществ. Энергозатраты спортсменов зависят не только от видов спорта, но и от объема выполняемых нагрузок, а также от массы тела и тренированности [4].

<i>Паску Татьяна, Донцова Виктория</i> РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА В ОДЕССЕ В XIX — НАЧАЛЕ XX ВЕКА.	43
<i>Вадим Жиров, Николь Миненко</i> ИСТОРИЧЕСКИЕ ЗАВЕДЕНИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ УКРАИНЫ.	47
<i>Валерий Тараненко, Наталья Кривошей</i> ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ХОСТЕЛОВ В УКРАИНЕ	49
<i>Вилорд Ереган</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА ТУРЦИИ, ЕГИПТА И УКРАИНЫ	54
<i>Виталий Черненко</i> СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ КЛАССИФИКАЦИИ ОТЕЛЕЙ США И УКРАИНЫ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.	60
<i>Анастасия Карплюк</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ УКРАИНЫ	63
<i>Анастасия Антоновська, Марія Димитрова</i> СИСТЕМИ ГАРЯЧОГО ВОДОПОСТАЧАННЯ ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ: ПРОБЛЕМИ КОРОЗІЇ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ ЇХ ВИРІШЕННЯ.	68
<i>Юлія Алексеєнко</i> ГОТЕЛЬНИЙ РИНОК. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПОТЕНЦІАЛ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ	71
<i>Алина Крайтель, Людмила Исаева</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ВКУСОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТИПОВ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ	74
<i>Юлия Голубова</i> ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС ГОРОДА ВИЛКОВО: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	76
<i>Мелания Маджар</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА И ВОЗМОЖНОСТЬ ИХ ВНЕДРЕНИЯ В ОДЕССКОЙ ОБЛАСТИ	79
<i>Элина Сокольяк, Светлана Херимян</i> ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ В УКРАИНЕ	82
~~~~~ <b>НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ</b> ~~~~~	
<i>Роман Хоришко</i> <b>СПОСОБИ ЗНИЖЕННЯ ШКІДЛИВОГО ВПЛИВУ КАНЦЕРОГЕНІВ, ЩО УТВОРЮЮТЬСЯ ПРИ ТЕПЛОВІЙ ОБРОБЦІ М'ЯСНИХ ПРОДУКТІВ</b>	86

<i>Михаил Скубий</i> <b>МЕНЕДЖМЕНТ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАСФАСОВАННОЙ ВОДЫ</b>	89
<i>Екатерина Изченко</i> <b>СПОРТИВНОЕ ПИТАНИЕ</b>	92
<i>Анна Колесник</i> <b>СМУЗИ — БЛЮДО ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ.</b>	95
<i>Неля Погуляка</i> <b>ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ НИЗЬКОКАЛОРІЙНИХ ДЕСЕРТІВ З ПРЕБІОТИЧНИМИ КОМПОНЕНТАМИ</b>	98
<i>Микола Пасека</i> <b>АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ КОМПОЗИТНИХ СУМІШЕЙ У БОРОШНЯНОМУ ВИРОБНИЦТВІ</b>	100
<i>Денис Миронов</i> <b>ХІМІЧНИЙ СКЛАД БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ЗБАГАЧЕНИХ БІОЛОГІЧНО-АКТИВНИМИ РЕЧОВИНАМИ.</b>	103
<i>К. Ю. Кормош</i> <b>ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЗНАЧЕНИЙ САНИТАРНО-ХИМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВОДЫ, ИСПОЛЗУЕМОЙ ДЛЯ МОЙКИ СТЕКЛЯННО-РОЗЛИВНОЙ ТАРЫ, НА КАЧЕСТВО ВИНА</b>	105
<i>Максим Зорин</i> <b>ПРЕСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ SOUS-VIDE В УКРАИНСКИЕ РЕСТОРАНЫ</b>	109
<i>Оксана Ангелова</i> <b>РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ СТРАВ, ЩО ПРОПОНУЮТЬСЯ НА ДЕСЕРТ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b>	113
<i>Георгій Капрельяниц</i> <b>ЧИ ПОТРІБНІ СИСТЕМИ ДОДАТКОВОГО ОЧИЩЕННЯ ВОДИ В ГОТЕЛЯХ ТА РЕСТОРАНАХ?</b>	115
<i>Наталя Скубий, Вікторія Шендрик</i> <b>АПРОБАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЗНЕЗАРАЖУВАННЯ ВОДИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ НЕКТАРУ З АЙВИ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b>	119
<i>Жанна Чайка, Марина Градинар</i> <b>ІННОВАЦІЙНА УПАКОВКА КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ</b>	122
<i>Юлія Гриценко</i> <b>ПРИБЛИЗЕННЯ УКРАЇНСКИХ РЕСТОРАНОВ К ЄВРОПЕЙСКИМ ТРАДИЦІЯМ «ОКТОБЕРФЕСТА</b>	125

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ:  
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

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