

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
77 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2017

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕГУСТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Осипова Л.А., д.т.н., проф.; Калмикова І.С., к.т.н., доц.; Меліх О.О., д.е.н., доц.
Одеська національна академія харчових технологій

Економічна ефективність дегустацій має декілька вимірювань. Класичне співвідношення результатів і витрат у розрахунках дозволяє виокремити види дегустаційної діяльності у складі туристичного бізнесу.

По-перше, дегустація-лекція, яка орієнтована на зацікавлених споживачів туристичних продуктів, але ці споживачі насамперед споживають впродовж дегустації інформацію про вино, сири, іншу харчову продукцію. Розрахунок ефективності в цьому випадку – це співвідношення дегустаційних взаємодій (чисельність туристів, які відвідали дегустацію) та витрат на придбання самих продуктів дегустації. Більше значення цього показника очікується від турів на промислових підприємствах, у складі яких є дегустаційні зали, а вартість використаних продуктів дегустації є, як правило, їх собівартістю виробництва.

По-друге, дегустація як корпоративний захід. Розрахунок ефективності такого заходу здійснюється як співвідношення контрактної вартості наступних після дегустації партнерських дій та витрат на придбання самих продуктів дегустації та супутніх продуктів. Оскільки такий вид дегустації проводиться частіше на території закладів громадського харчування, вартість витрат на придбання продуктів дегустації не є їх собівартістю, але і очікування сум за контрактами на придбання товарів у майбутньому (від споживачів-туристів чи відвідувачів дегустацію як майбутніх партнерів) значно вище. Відвідувачі дегустації в цьому випадку отримують не тільки інформацію про дегустаційну продукцію, а і рекреаційні послуги (ефективний, цікавий відпочинок у колі зацікавлених інших відвідувачів).

По-третє, дегустація як промо-акція. Як правило такий вид дегустації проводиться на території торгівельних підприємств. Розрахунок ефективності в цьому випадку базується на співвідношенні торгівельного обороту після дегустації та витрат на проведення акції (амортизація додаткового промо-обладнання, оплата праці промоутера та ін.). Цей вид дегустації можна віднести до складу туристичних послуг у випадку проведення самої дегустації на території дегустаційної зали (приміщення), яке є частиною торгівельного підприємства та за умовами розподілу частини додаткового доходу від купівлі продуктів харчування між організаторами торгівельної та туристичної діяльності. Саме це ускладнює виокремлення економічної ефективності проведення туристичного, дегустаційного, рекламного та торгівельного бізнесу. Отже споживачі таких видів дегустаційних послуг після дегустації придбають самі продукти, а інформація про них є тільки основою для здійснення повторних споживацьких дій.

Оскільки дегустації є значною частиною гастрономічних, винних (алко-) турів економічна ефективність розраховується як співвідношення таких турів (їх кількості чи вартості) до витрат на їх реалізацію. Ці витрати поєднують в собі різні елементи, але найбільш вагомим елементом є оплата праці сомельє чи лектора дегустації. Його висока кваліфікація підвищує вартість турів, але висока оплата праці (до 50 % від вартості туру) знижує сам показник економічної ефективності туристичної діяльності.

Оптимальним має бути побудова турів гастрономічного чи еногастрономічного типу з урахуванням портрету відвідувачів дегустації. Споживачами туристичних послуг дегустацій-лекції стають туристи-любители нової інформації, нових вражень, детально незнайомих з технологічним процесом виробництва продуктів харчування, представлених на дегустації. Відвідувачі дегустацій як корпоративних заходів можуть бути як професіонали у виробництві чи продажу харчових товарів з метою відпочинку чи розширення бізнесу, а також змішані споживачі. Третій вид проведення дегустацій не дозволяє чітко виокремити

характерні риси відвідувача дегустації, тому розрахунок економічної ефективності дегустаційної діяльності у туристичному бізнесі носить імовірнісний характер.

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТУРИСТИЧНОГО ТА РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

**Григор'єв Є.О., ст. викл., Килинчук О.Є., к.е.н., ст. викл.
Одеська національна академія харчових технологій**

Сучасні технології туристичного та рекреаційного бізнесу засновані на досягненнях науково-технічного прогресу і орієнтовані на побудову туристичного продукту. Специфіка інноваційної діяльності в туризмі визначається: використанням інформаційних технологій у наданні традиційних транспортних, готельних та інших послуг; наповненням новими властивостями традиційних послуг та впровадженням нових послуг; освоєнням нових туристичних ресурсів; використанням сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Інформаційні технології у наданні традиційних транспортних, готельних та інших послуг. Туристична сфера є інформаційно-насиченою, оскільки характеризується різноманітністю ділових зв'язків із партнерами (відповідно до класифікації видів економічної діяльності з туризмом пов'язано понад 60 видів економічної діяльності), динамічністю бізнес-процесів, індивідуалізацією туристичних послуг, технологічним удосконаленням та високою конкуренцією. У зв'язку з цим, розвиток інноваційного туристичного бізнесу забезпечує: інтеграцію і зв'язок; покращання якості послуг; передачу великого обсягу інформації; збільшення швидкості обслуговування та ефективність діяльності; можливість враховувати потреби кожного індивідуального клієнта; ефективний зворотній зв'язок. У сучасній діяльності туристичних підприємств застосовуються різноманітні види інформаційних технологій, а саме: глобальні розподільчі системи; системи бронювання та резервування; електронні інформаційні системи; інформаційні системи менеджменту; мобільні системи зв'язку; послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.

Нові туристичні та рекреаційні послуги це комплексні послуги, які сьогодні складаються з послуг від: підприємств, які надають послуги по розміщенню; підприємств харчування; транспортних підприємств; туристичних фірм по виробництву та реалізації туристичного продукту; рекламно-інформаційних туристичних установ; виробничих туристичних підприємств; підприємств торгівлі; підприємств дозвілля; закладів самодіяльного туризму; навчальних та науково-проектні туристичних закладів; органів управління туризмом. Але це далеко не повний перелік підприємств, організацій установ, які беруть участь у виробництві туристичного продукту. Туристичну індустрію опосередковано формують підприємства зв'язку і торгівлі, дорожні і комунальні служби, прикордонні і митні переходи та багато інших. Новітність їхньої діяльності забезпечує нові туристичні продукти.

Специфіка сфери туризму полягає в тому, що продукт, який виробляється, частково або повністю не відчутний на дотик, а ефект сервісу оцінюється споживачем в умовах певного емоціонального стану, який залежить від великої кількості факторів, серед яких такі суб'єктивні характеристики туриста, як: особливості виховання, вік, культурні традиції народу, представником якого є гість, поняття про комфорт, звички, самопочуття та психологічний стан на момент отримання послуг, фізіологічні особливості організму. Все це робить сприйняття якості турпродукту не завжди об'єктивним, а залежним від індивідуальних характеристик кожного туриста. Отже, якість – один із найважливіших факторів у конкурентній боротьбі на ринку турпослуг. Використання сучасних форм організаційно-управлінської діяльності і є метою у підтримці якості туристичних та рекреаційних послуг.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БІЛКОВОГО ГІДРОЛІЗАТУ З РАПАНИ ЧОРНОМОРСЬКОЇ Герасим Г.С., Патюков С.Д.....	153
ЗАПРОВАДЖЕННЯ КИСЛОТНОЇ ОБРОБКИ ЯК ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧОГО СПОСОБУ ЗНЕВОДНЕННЯ М'ЯЗОВОЇ ТКАНИНИ В ТЕХНОЛОГІЇ РИБНИХ КОНСЕРВІВ Кушніренко Н.М.....	154

СЕКЦІЯ «ТЕХНОЛОГІЯ ВИНА І ЕНОЛОГІЯ, ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС ТА РЕКРЕАЦІЯ»

КОРЕЛЯЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ВИЖИВАННЯ МІКРОМІЩЕТІВ В ФРУКТОВО-ЯГІДНИХ СИРОПАХ Осипова Л.А., Кирилов В.Х., Худенко Н.П., Сугаченко Т.З.....	156
КОНЦЕПЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ШКОЛИ ВИНА Осипова Л.А., Калмикова І.С., Меліх О.О.....	158
ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ВИН СПЕЦІАЛЬНОГО ТИПУ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ КРІОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРИЙОМІВ Осипова Л.А., Радіонова О.В.....	159
ВИВЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ХОЛОДНОЇ МАЦЕРАЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ ВИНОМАТЕРІАЛІВ ДЛЯ БІЛИХ ІГРИСТИХ ВИН Ходаков О.Л., Осипова Л.А., Лисенко О.С.....	161
СЕНСОРНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕРВОНИХ СТОЛОВИХ ВИН КАБЕРНЕ-СОВІНЬЙОН, ОТРИМАНИХ З ВИКОРИСТАННЯМ АВТОХТОННИХ ШТАМІВ ВИННИХ ДРІЖДЖІВ <i>SACCHAROMYCES CEREVISIAE</i> Мулюкіна Н.А., Бойчук О.О., Тарасова В.В.....	162
ВПЛИВ КРІОГЕННОЇ ЕКСТРАКЦІЇ НА ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ СОРТІВ ВИНОГРАДУ ШАБСЬКОГО ТЕРУАРУ Остапенко В.А., Ткаченко О.Б., Іукурідзе Е.Ж.....	164
ПРИРОДНІ ПОЛІКОМПОНЕНТНІ БІОСТИМУЛЯТОРИ ТА ЯКІСТЬ ВИНОГРАДУ І ВИНА СОРТУ АЛІГОТЕ Ткаченко О.Б., Каменева Н.В.....	166
ОСОБЛИВОСТІ БІЛКОВОГО МЕТАБОЛІЗМУ ДРІЖДЖІВ У ПРОЦЕСІ ВИРОБНИЦТВА ВИНОМАТЕРІАЛІВ ІЗ СИРОВИНИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ Ткаченко О.Б., Кананихіна О.М., Пашковський О.І., Трач О.В.....	168
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕГУСТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ Осипова Л.А., Калмикова І.С., Меліх О.О.....	170
ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТУРИСТИЧНОГО ТА РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ Григор'єв Є.О., Килинчук О.Є.....	171
УЧАСТЬ УКРАЇНИ У СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКІЙ ДУЗІ СТОЛИЦЬ ЯК СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ Олійник В.Д., Іванов А.М.....	172

СЕКЦІЯ «БЕЗПЕКА, ЕКСПЕРТИЗА ТА ТОВАРОЗНАВСТВО»

НЕДОЛІКИ ДСТУ 4700:2006 «КОНЬЯКИ УКРАЇНИ. ТЕХНІЧНІ УМОВИ» Кіров І.М., Когут С.Г.....	173
АНАЛІЗ ЗМІН НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ УКРАЇНИ ЩОДО ПРОДУКТІВ ЗАХИЩЕНИХ ГЕОГРАФІЧНИМ ЗАЗНАЧЕННЯМ Ткаченко О.Б., Батраков О.О.....	175
ДЕФІНІЦІЇ: «ТОРГІВЛЯ», «КОМЕРЦІЯ», «БІЗНЕС», «ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО», ЇХНЄ ВІДНОШЕННЯ ДО ТОВАРОЗНАВСТВА Кіров І.М., Когут С.Г.....	178
ГРИБОСТІЙКІСТЬ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ, ОБРОБЛЕНИХ БІОЦИДНИМИ РЕЧОВИНАМИ Мартиросян І.А.....	180
ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПРЕСЕРВІВ З МОРЕПРОДУКТІВ Памбук С.А., Каменева Н.В.....	182
ДОСЛІДЖЕННЯ СЕНСОРНИХ ХАРАКТЕРИСТИК М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ Гарбажій К.С.....	184

СЕКЦІЯ «ЕКОЛОГІЯ ТА ПРИРОДООХОРОННІ ТЕХНОЛОГІЇ»

ЕКОЛОГІЧНІСТЬ СИСТЕМ УТИЛІЗАЦІЇ СТИЧНИХ ВОД Шевченко Р.І., Крестінков І.С.....	186
---	-----

Збірник тез доповідей 77 наукової конференції викладачів академії
18 – 21 квітня 2017 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеської національної академії харчових технологій,
протокол № 15 від 25.04.2017 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгоров
Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Бурдо О.Г., д.т.н., професор

Волков В.Е., д.т.н., професор

Гапонюк О.І., д.т.н., професор

Жигунов Д.О., д.т.н., доцент

Іоргачова К.Г., д.т.н., професор

Капрельянц Л.В., д.т.н., професор

Коваленко О.О., д.т.н., ст.н.с.

Косой Б.В., д.т.н., професор

Мардар М.Р., д.т.н., професор

Павлов О.І., д.е.н., професор

Станкевич Г.М., д.т.н., професор

Савенко І.І., д.е.н., професор

Ткаченко Н.А., д.т.н., професор

Ткаченко О.Б., д.т.н., професор

Хобін В.А., д.т.н., професор

Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор

Черно Н.К., д.т.н., професор