

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ,
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ**

**СУЧАСНІ
ІННОВАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА**

**МАТЕРІАЛИ
VII СТУДЕНСЬКОЇ НАУКОВОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Чернівці
2024 р.**

УДК 338.488.2:640.4+338.488.2:640.43+658.589

Сучасні інноваційні технології у сфері готельно-ресторанного господарства. Матеріали студентської наукової інтернет-конференції, м. Чернівці, 16 травня 2024 р. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2024. 159 с.

Збірник містить матеріали *VII студентської наукової Інтернет-конференції «СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»*, яка відбулася 16 травня 2024 року. У тезах доповідей висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; інновації харчових технологій та продукції ресторанного господарства; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства; визначення шляхів розширення зв'язків між вищою освітою та бізнес-середовищем.

Матеріали збірника будуть корисними для студентів, викладачів, науковців та працівників індустрії гостинності.

Роботи надруковано у авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ ДТЕУ, 2024

Підписано до друку 16.05.2024 р.

Кучерівська Анастасія, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Удосконалення технології та дослідження якості гарячих закусок</i>	5
Бирзу Інна, наук. кер. - Паламарек К.В. <i>Використання безглютенового борошна в технології гарячих солодких страв з шоколаду</i>	7
Бирзу Інна, наук. кер. - Гут Л.В. <i>Аналіз та перспективи впровадження нових технологій і трендів обслуговування у ресторанному бізнесі м. Чернівці</i>	10
Біла Крістіна, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Удосконалення технології та дослідження якості страв із яловичини</i>	12
Волошук Валентин, наук. кер. – Кравченко М. Ф. <i>Удосконалення технології пашету курячого з торе із гарбуза</i>	15
Желіховський Олександр, наук. кер. – Кравченко М.Ф. <i>Інноваційні технології посічених м'ясних виробів з використанням борошна лютина</i>	17
Забурмеха Андрій, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Удосконалення технології та дослідження якості холодних страв</i>	19
Карецька Єлизавета, наук. кер. – Кравченко М.Ф. <i>Удосконалення технології макарунів із італійської меренги з волоським горіхом та морквяним порошком</i>	22
Корбут Володимир, наук. кер. – Кравченко М.Ф. <i>Інноваційні технології страв з риби з використанням техніки sous vide</i>	24
Костиник Іванна, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Удосконалення технології та дослідження якості десертів із заварного тіста</i>	26
Коцюрба Павло, наук. кер. – Кравченко М.Ф. <i>Інноваційні технології борошняних кондитерських виробів</i>	28
Кучерівська Анастасія, наук. кер. – Гут Л.В. <i>Впровадження інновацій у харчовій індустрії: від нових меню до технологій обробки продуктів</i>	30
Лебедєв Олександр, наук. кер. - Романовська О. Л. <i>Особливості інноваційних технологій в готельному бізнесі</i>	32
Лисенко Олександр, наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Інновації в технології борошняних кондитерських виробів з пісочного тіста</i>	34
Мачушак Віталій, наук. кер. – Кравченко М.Ф. <i>Інноваційні страви з сиру кисломолочного</i>	37
Мельничук Альбіна, наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Удосконалення технології м'ясних січених виробів для барбекю з використанням топінамбуру</i>	40
Михальська Олександра, наук. кер. – Кравченко М.Ф. <i>Удосконалення технології заварних напівфабрикатів</i>	42

Пелехан Іванна, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Перспективи використання олій першого холодного віджиму у технології холодних закусок із гідробіонтами</i>	44
Пінчук Марина, наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Удосконалення технології борошняних кондитерських виробів</i>	47
Плющанська Юлія, наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Удосконалення технології борошняних кулінарних виробів з кукурудзяного та вівсяного борошна</i>	49
Рипка Олег, наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Удосконалення технології борошняних кондитерських виробів з додаванням екстракту стевії</i>	52
Венгер Ангеліна, наук. кер. – Струтинська Л.Т. <i>Інноваційні технології солодких соусів на матеріалах кафе «Veri-Peti»</i>	53
Олексюк Вікторія, наук. кер. – Струтинська Л.Т. <i>Технологічні аспекти використання стевії в ресторанній продукції</i>	56
Урсул Ігор, наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Удосконалення технології борошняних кулінарних виробів з кукурудзяного та вівсяного борошна</i>	60
Філікович Леся, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Переваги використання безглютенового борошна у виробах з прісного тіста</i>	63

Розвиток індустрії туризму та гостинності в умовах воєнного часу

Адам Валентина, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Системи ресурсозбереження в готелях</i>	66
Баланюк Роман, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Івент-сервіс як важлива складова конкурентоспроможності готелю</i>	68
Чирюк Вікторія, наук. кер. – Незвещук-Когут Т.С. <i>Перспективи розвитку гастрономічного туризму Буковини в контексті реалій воєнного стану</i>	70
Гатрич Ігор, наук. кер.- Гишук Р.М. <i>Оцінка історико-культурного потенціалу Чернівецької області як базового напрямку розвитку туристичної привабливості та популяризації регіону</i>	73
Гуля Богдана, наук. кер. – Парашук А.В. <i>Проблеми та шляхи відновлення ресторанного господарства в умовах воєнного та післявоєнного стану</i>	76
Деменко Сергій, наук. кер.- Брикова Т.М. <i>Удосконалення технології виробів з листкового тіста</i>	78
Деменчук Юрій, наук. кер. – Незвещук-Когут Т.С. <i>Інформаційні технології як інструмент просування туристичний послуг</i>	81
Іванюк Катерина, наук. кер. – Максимюк Н.В. <i>Foreign language as an integral part of the professional activity of hospitality industry and tourism</i> <i>Іноземна мова як невід'ємна частина професійної діяльності індустрії гостинності та туризму</i>	84

Кируцак Анастасія, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Удосконалення технологій пати з курячої печінки з підвищеним вмістом харчових волокон</i>	86
Коваль Максим, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Удосконалення технологій та дослідження якості страв японської кухні</i>	89
Литвин Марія, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Використання природних барвників в харчовій промисловості</i>	92
Жилевич Людмила, наук. кер. – Незвещук-Когут Т.С. <i>Особливості інформаційного забезпечення закладів готельно-ресторанного бізнесу в контексті розвитку</i>	95
Москаленко Артур, наук. кер. – Гищук Р.М. <i>Потенціал створення рекреаційної терапії на території гірської та передгірської частини українських Карпат Чернівецької області</i>	99
Нгалоук Іванна, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Удосконалення технологій та дослідження якості м'ясних страв</i>	102
Овчніков Олексій, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Удосконалення технологій та дослідження якості рибних страв</i>	105
Кирилюк Олександр, наук. кер. – Незвещук-Когут Т.С. <i>Сучасні тенденції розвитку підприємств сфери гостинності</i>	108
Пузікова Олеся, наук. кер. – Незвещук-Когут Т.С. <i>Особливості кадрової політики закладів ресторанного господарства Буковини під час воєнного стану</i>	110
Олійник Анастасія, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Апарт-готелі: особливості функціонування та взаємодії з гостями</i>	113
Панюшин Миковла, наук. кер. – Брикова Т.М. <i>Перспективи розробки технологій супів з підвищеним вмістом білків</i>	115
Платіка Анастасія, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Інформаційна система взаємодії у готелі</i>	118
Процюк Назар, наук. кер. – Паламарек К.В. <i>Удосконалення системи управління готелем</i>	120
Стецівко Тарас, наук. кер. – Незвещук-Когут Т.С. <i>Сучасні тенденції формування конкурентних переваг підприємств сфери гостинності</i>	122
Клебак Христина, наук. кер. – Гищук Р.М. <i>Поведінка споживачів кави в умовах війни в Україні</i>	125
Фербей Галина, наук. кер. – Маначинська Ю.А. <i>Економічні засади розвитку готельного бізнесу України в умовах воєнного стану</i>	126
Зелена Міряна, наук. кер. – Зелена О.О. <i>Інновації в сфері гостинності в умовах воєнного часу</i>	129

Маркетинговий менеджмент у закладах ресторанного господарства

Андронік Любомир, наук. кер. – Круглянко А.В., <i>Ефективність системи управління підприємством</i>	132
Боднарюк Сергій, наук. кер. – Пенюк В.О. <i>Особливості управління торговельними мережами</i>	134
Ботезан Даяна-Марія, наук. кер. – Шупрудько Н.В. <i>Комунікація в діяльності компанії та її функції</i>	136
Гомольський Юрій, наук. кер. – Дрінь І.І. <i>Маркетинг і його можливості в антикризовому управлінні в умовах воєнного стану</i>	137
Гудима Олег, наук. кер.- Урсакий Ю.А. <i>Роль стратегічного управління в сучасних умовах</i>	141
Демяніца Анастасія, наук. кер. – Королюк Ю.Г. <i>Оцінка та удосконалення ефективності управлінських рішень підприємства</i>	143
Доскалюк Олеся, наук. кер. – Королюк Ю.Г. <i>Організаційний механізм управління підприємством та шляхи його вдосконалення</i>	145
Дребот Роман, наук. кер. – Шупрудько Н.В. <i>Комунікація в діяльності компанії та її функції</i>	147
Зиндик Максим, наук. кер. – Чичун В.А. <i>Завдання та необхідність контролю в організаціях</i>	148
Ілющенко Юлія, наук. кер. – Шупрудько Н.В. <i>Особливості конфлікту в організації</i>	150
Каленюк Еріка, наук. кер.- Урсакий Ю.А. <i>Удосконалення виробничо-економічного механізму управління виробничим потенціалом підприємства</i>	152
Качала Олександра, наук. кер.- Урсакий Ю.А. <i>Особливості інструментарію управління ризиками на підприємстві</i>	154
Козмачук Андрій, наук. кер. – Чичун В.А. <i>Основні умови створення трудового колективу в умовах невизначеності</i>	157
Крижановська Єва, наук. кер. – Королюк Ю.Г. <i>Розвиток системи управління персоналом підприємства</i>	158
Лупашку Юрій, наук. кер. – Романовська О.Лі. <i>Маркетингові стратегії у готельному бізнесі</i>	160
Мельник Богдан, наук. кер. – Чичун В.А. <i>Підходи до управління інноваційною діяльністю в компаніях</i>	163
Владислав Соколовський, наук. кер. – Лошенко О.В. <i>Вплив маркетингу на конкурентоспроможність виробничого підприємства</i>	164
Федюк Богдана, наук. кер. – Королюк Ю.Б. <i>Розвиток лідерства в управлінні персоналом підприємства</i>	166
Чередарик Микола, наук. кер. – Пенюк В.О. <i>Кадрове забезпечення ефективності діяльності підприємства</i>	168

Чолан Сергій, наук. кер. – Верстяк О.М. <i>Використання інформаційних технологій в управлінні соціально-економічними системами</i>	170
Чорний Владислав, наук. кер. – Вдовічен А.А. <i>Сутність діагностики кризових ситуацій та банкрутства підприємства</i>	172

**Фінансово-економічні та обліково-аналітичні засади
розвитку готельно-ресторанного господарства**

Воловікова Богдана наук. кер. – Романовська О.Л. <i>Диверсифікація послуг готельного бізнесу</i>	175
Кардинал Сергій наук. кер. – Гнатишина І.М. <i>Investitionen und Finanzierung in der Hotellerie</i> <i>Інвестиції та фінансування в готельному господарстві</i>	177
Забурмеха Андрій, наук. кер. – Гут Л.В. <i>Досвід застосування програмного забезпечення у закладах ресторанного господарства</i>	179
Фірчук Марія, scient. dir. – Маначинська Ю.А. <i>Окремі аспекти визнання доходів від реалізації готельних послуг на договірній основі</i>	182

Анастасія КУЧЕРІВСЬКА, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ГАРЯЧИХ ЗАКУСОК

Гарячі закуски знаходять все більш широкого застосування в харчуванні населення. Вони займають велике місце в меню закладів ресторанного господарства [1].

Гарячі закуски відрізняються від основних страв меншою масою, більш гострим смаком, подаються зазвичай без гарніру. Температура подачі гарячих закусок становить 85 — 90 °С. Основне призначення гарячих закусок – збудження апетиту, покращення засвоювання їжі, стимулювання діяльності травних залоз, тому закуски подають на початку прийому їжі. Важливу роль при цьому відіграє зовнішній вигляд страви. Багато з гарячих закусок мають високу калорійність та багаті на вітаміни, мінеральні речовини, цінні органічні кислоти.

Для подальших досліджень обрано тигрові креветки під соусом песто. На рис. 1 розглянемо основні чинники, які формують споживні властивості креветок представлені [2].



Рис. 1. Чинники, які формують споживні властивості креветок

Таким чином, одним із визначальних факторів формування споживних властивостей креветок є вид та спосіб заморожування, оскільки саме він впливає на органолептичну оцінку сировини та її поживну цінність.

Страви з нерибних гідробіонтів користуються популярністю серед споживачів, однак потребують розширення асортименту, заважаючи на це у рамках написання роботи плануємо розробити технологію тигрових креветок під соусом песто, маринованих в пюре ківі та оливковій олії.

Відомо, що оцтова кислота переважно виробляється хімічним шляхом, який включає як гомогенні, так і гетерогенні каталітичні методи та може становити небезпеку для здоров'я людини. Крім того, заміна синтетичних і потенційно небезпечних інгредієнтів на природні рослинного походження у складі традиційних продуктів дає можливість гарантувати необхідний високий рівень безпеки харчової продукції для широкого кола споживачів. Зважаючи на це під час маринування нерибних гідробіонтів вирішуємо оцет замінити на пюре з ківі.

Результати проведених досліджень свідчать про наявність у складі рослинної сировини високого вмісту біологічно активних речовин, а саме: органічних кислот, L-аскорбінової кислоти, фенольних речовин, що підтверджує їх високу біологічну й антиоксидантну цінність.

Задля отримання збалансованого жирнокислотного складу, відмінних органолептичних показників, під час маринування морепродуктів вирішено замість соняшникової олії додати такі види рослинних олій на оливкову.

При маринуванні креветок у пюре ківі, їх консистенція стає більш пружною, м'якою та залишається соковитою. Бачимо, що дослідний зразок за основними органолептичними показниками не відрізняється від контрольного.

Для визначення оптимального часу маринування креветок (5, 10, 20 і 30 хв.), визначали ступінь їх ніжності, в залежності від витримки у маринаді (рис. 2).

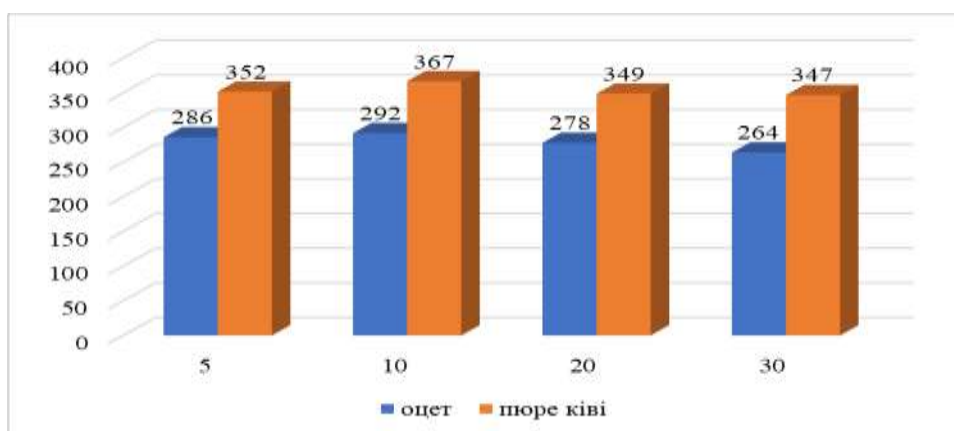


Рис. 2. Зміна ніжності м'яса креветок залежно від тривалості витримки

Із отриманих результатів видно, що під час маринування в оцті ніжність м'яса креветок поволі знижується зі збільшенням тривалості витримки. Під час маринування в пюре ківі оптимальною є тривалість 10 хв, за подальшої витримки показник знижується, погіршується консистенція (стає жорсткою) та смак (кислий післясмак).

Отже, за результатами досліджень встановлено, що у розробленій технології маринувати креветок збільшився вміст мононенасичених жирних кислот – на 64,94% та харчових волокон у 2,7 рази порівняно з контролем. Значно підвищився мінерально-вітамінний склад: вміст калію збільшився на 11,21%, магнію – на 3,59%, вітаміну В1 – на 3,29%, вітаміну В6 – на 9,88 %,

вітаміну В9 – на 11,67%, Вітаміну Е – на 73,42%, вітаміну С – в 5 разів та вітаміну А – в 32,8 разів.

Список використаних джерел:

1. Venturi S., Grossi L., Marra G. A., Venturi A., Venturi M. (2003), Iodine, helicobacter pylori, stomach cancer and evolution [European EpiMarker], No. 2 – P. 17.
2. Наукове обґрунтування та створення основ технології, нормативної і технологічної документації для виробництва купажів вітчизняних олій, збалансованих за жирнокислотним складом [Текст] : звіт по НДР (заключ.) / УкрНДІОЖ НААН ; рук. Т. В. Матвеєва. – ДР 0114U001497. – Харків, 2015. – 215 с.
3. Нові підходи у вирішенні проблеми ліквідації йододефіцитних захворювань / [В. Н. Корзун, А. М. Парац , К. М. Бруслова та ін.] // Проблеми харчування. – 2004. – № 3. – С.21–25.
4. Паламарек К.В., Федорчук І.А. Розроблення технології картопляних ньоків оздоровчого призначення. Сучасні інноваційні технології у сфері готельно-ресторанного господарства: матеріали II Студентської наукової Інтернет-конференції, 17 травня, 2019 р. – Чернівці. – С. 110 – 113.

Інна БИРЗУ, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО БОРОШНА В ТЕХНОЛОГІЇ ГАРЯЧИХ СОЛОДКИХ СТРАВ З ШОКОЛАДУ

На сьогоднішній день споживання простих вуглеводів у вигляді доданого цукру та підсолоджених страв постійно зростає серед усіх вікових груп. Особливою увагою у споживачів користуються гарячі солодкі страви з шоколаду [1]. Солодкі страви подають наприкінці обіду або вечері, а інколи можуть бути включені в меню сніданку. Гарячі солодкі страви з шоколаду вирізняються температурою подачі - 55-75°C та наявністю доданого шоколаду.

Метою роботи є аналіз використання безглютенового борошна в технології гарячих солодких страв з шоколаду.

Сировина яка використовується для приготування гарячих солодких страв містить велику кількість вуглеводів та глютену, а саме цукор та пшеничне борошно. Глютен або клейковина це група білків, наявні в насінні злакових рослин, особливо в пшениці, житі, вівсі та ячменю. Вміст клейковини в пшениці доходить до 80% [2]. При виробництві різних

хлібобулочних виробів, страв з прісного тіста та інших тістових напівфабрикатів клейковина є важливою складовою для досягнення потрібної структури та текстури тіста. Завдяки різним властивостям, глютен, створює еластичність, клейкість, також поглинає вологу та зберігає форму виробу. Клейковина може бути корисною, але для людей з целиакією або глютенною непереносимістю вона може призводити до негативних реакцій організму. Непереносимість глютену зустрічається у 0,5-1% населення. Імунітет розпізнає цей білок і атакує його. Таким чином, під удар потрапляє не тільки глютен, але й ті тканини, в яких його зустріли імунні клітини. Тому, важливо враховувати вміст клейковини при виробництві продукції для споживання.

На сьогодні переважна більшість споживачів звертає увагу на безглютенові страви. Навіть при відсутності целиакиї (непереносимості глютену), люди відмовляються від його споживання, або споживають його у меншій кількості. Безглютенова дієта або відмова від глютену увійшла в моду декілька років тому. В зарубіжних магазинах потрапляються продукти з наліпками «Gluten free». Вітчизняні виробники перейняли зарубіжний досвід і так само почали вводити культуру «Gluten free» на полицях магазину [3].

Сфера ресторанного бізнесу також почала долучатись до введення страв з безглютеновою сировиною, таким чином, аналіз використання безглютенового борошна в технології гарячих солодких страв з шоколаду стає досить актуальним. Наприклад, наявне дослідження заміни пшеничного борошна на безглютенове рисове та введення технологічного прийому ПАР (поверхнево-активна речовина) в тісто фонданів [4]. Виходячи з дослідження планується введення таких видів безглютенового борошна як кокосове, бананове, рисове в технології гарячих солодких страв з шоколаду.

Бананове борошно є порошком який виготовляється з зелених бананів, часто використовується як безглютенова заміна сортам пшеничного борошна. Користь такого борошна також, полягає у меншій кількості вуглеводів та зменшеній кількості калорій. У його складі відсутні жири та наявний вітамін С [5]. Кокосове борошно це висушена та мелена м'якоть кокоса, містить велику кількість клітковини тому за реологічними властивостями поглинає більшу кількість рідини ніж пшеничне. Варто враховувати такі фактори при розробці нової технології гарячих солодких страв з шоколаду. Корисність цієї сировини полягає у наявності таких видів мінералів як: магній, залізо, натрій та селен [6].

Рисове борошно – борошно виготовлене з зерен рису, частіше всього використовують як альтернатива пшеничному. На відміну від кокосового та бананового є декілька видів рисового борошна, переглянути їх можна на Рис.1.

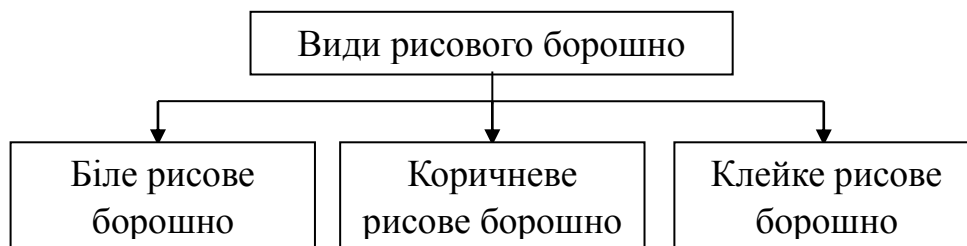


Рис.1 Класифікація рисового борошна.

Такий вид борошна містить вітаміни групи В та важливі мікроелементи що позитивно впливають на здоров'я людини.

Отже, під час аналізу виявлено що, сировина яка використовується для приготування гарячих солодких страв з шоколаду містить білки глютену яка обмежує споживання для значної категорії споживачів. Також проаналізовано мету введення безглютенового борошна в технологію гарячих солодких страв з шоколаду та наведено приклади безглютенових видів борошна які можна використати в подальшому для введення в рецептуру страв. Зроблено висновок що введення безглютенових страв є перспективним напрямком в галузі ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Innate and learned preferences for sweet taste during childhood
Ventura, Alison K; Mennella, Julie A https://journals.lww.com/clinicalnutrition/Abstract/2011/07000/Innate_and_learned_preferences_for_sweet_taste.12.aspx

2. Клейковина
<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B0>

3. Стаття/особистий досвід: 120 днів на безглютеновій дієті/
<https://vogue.ua/article/beauty/lichnyjj-opyt-120-dnejj-na-bezglyutenovojj-diete6758-6758.html>

4. Дудкіна, О. О. Обґрунтування рецептурного складу фонданів спеціального призначення / О. О. Дудкіна, С. О. Губенко, А. В. Гавриш, А. В. Неміріч // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі : збірник наукових праць / Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків : Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2015. - Вип. 1 (21). - С. 331-343.

5. Стаття/ Бананове борошно/
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B5_%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%BD%D0%BE

Інна БИРЗУ, 4 курсу
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Гут Л.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТРЕНДІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ М. ЧЕРНІВЦІ

На сьогоднішній день український ресторанний бізнес створює та додає нові методи в обслуговуванні відвідувачів. Також, багато закладів ресторанного господарства переймають зарубіжні тренди для впливу на споживачів. Тренд - загальна тенденція сезону, яку характеризує впізнаваність, масовість та обмеженість у часі.

Відвідувач в ресторані – особа яка створює попит та звертає увагу на кожену деталь в закладі ресторанного господарства. Для того щоб задовольнити потреби відвідувача варто звертати увагу на попит та його проблеми. Наприклад, при інфекційній хворобі COVID19 проблемним питанням стало –повна ізоляція людей, тим самим активне введення служби доставки стабілізувало кризову ситуацію для закладів ресторанного господарства. Тобто для впровадження нових трендів ресторатори використовують болючі точки споживача, або створюють нові тенденції для їх зацікавлення.

Розглянемо зарубіжні тренди для обслуговування та зацікавлення відвідувача. Перша новітня технологія яка стрімко зайшла на український ресторанний ринок це гастрономічний рор-ур. Україна перейняла зарубіжний «рор-urprestaurant» і створила новий формат обслуговування гастрономічний рор-ур.«Рор-ур ресторан» це тимчасовий ресторан. Такі ресторани часто працюють у приватному будинку, на колишній фабриці, у існуючих ресторанах чи подібних приміщеннях, а також під час проведення фестивалів. Рор-ур ресторани популярні з 2000-х років у Великобританії та Австралії, але це не нове явище. Рор-ур ресторани існували в Сполучених Штатах і на Кубі [1].Отже, якщо «Рор-ур ресторан» - тимчасовий ресторан то гастрономічний рор-ур це тимчасова подія з фіксованою датою та часом проведення, під час якої презентують нові або лімітовані позиції страв. Приклад такого попо апу пройшов в Києві 8-9 липня 2023 року та 8 жовтня 2023 року, український шеф-кухар Євген Клопотенко об'єднав вітчизняних фермерів, крафтових виробників, кухарів та топові фудкорнери на Житньому ринку. Метою заходу було «повернення життя на Житній ринок», тобто привернення уваги людей до вітчизняного продукту [2]. В Чернівцях також розвивається культура поп-апів, завдяки яким, навіть, заклади створюють колаборації з Київськими

зкладами ресторанного господарства. Колаборація – співпраця компаній, організацій у певній сфері для досягнення спільної мети [3]. Приклади рорколлаборацій в м. Чернівці:

- поп-ап «Vasagacoffee» та «airandday_kyiv» - 26 грудня 2021 року [4];
- поп-ап з пончиками «RoomRoom» та «VeryPeri» 1 та 2 жовтня 2022 року [5];
- кавовий поп-ап «CafeBoutique» та «Vasagacoffee» проведений 22 квітня 2023 року [6];
- поп-ап «KASUTEIRA» та «Vasagacoffee» - 6 та 7 квітня 2024 року [7];
- Поп ап в кафе «Матьє» в колаборації з «Колобок Бо» - 20-21 квітня 2024 року [8].

Таким чином, можна зауважити що в місті Чернівці заклади ресторанного господарства часто створюють такі події, адже вони користуються попитом у споживачів. Тим самим, культура поп-апів з кожним роком стає цікавішою для відвідувачів, а на ринку HoReCa це має лише позитивний вплив.

Друга інноваційна технологія для зацікавлення відвідувача, яку перейняли українські ресторатори у зарубіжних, це «openkitchen» або з англ. відкрита кухня. Відкрита кухня – досить нова концепція, але яка дуже швидко розповсюдилась. Отже, «open kitchen» полягає у створенні довіри між споживачем та кухнею. Відкрита кухня може бути за склом та за барною стійкою. Зазвичай наявність такого виду кухні буває у нових закладах, адже проектом одразу забезпечується її стилізацію. Впливають на появу такої кухні наступні фактори - наявність нового обладнання та кваліфікованого персоналу. Наведемо декілька переваг відкритої кухні: цікавість, звільнення від недовіри, перетворення очікування в захопливе видовище [9]. Приклади закладів ресторанного господарства з відкритою кухнею м. Чернівці:

- Ресторан «bjork» - місце розташування: вулиця Пилипа Орлика, 4 [10];
- Заклад «Хочу» - місце розташування: Театральна площа Лисенка 2 [11].

Ресторан «bjork» виділяється своєю напіввідкритою кухнею, а в закладі ресторанного господарства «Хочу» відвідувачі мають змогу спостерігати за тим як готують страви з другого поверху за склом. Таким чином введення такого типу інновацій в ресторанний бізнес також позитивно вплине на потік відвідувачів.

Отже, впровадження нових технологій і трендів обслуговування у ресторанному бізнесі м. Чернівці є перспективним напрямком для привернення уваги відвідувачів, збільшення середнього чеку та покращення економічного становища підприємства ресторанного господарства.

Список використаних джерел:

1. Pop-uprestaurant.[Електроннийресурс]. - Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Pop-up_restaurant
2. «Повернемо життя на Житній ринок». У Києві пройшов гастрономічний рор-ур на від Євгена Клопотенка.[Електроннийресурс]. - Режим доступу: <https://informer.ua/uk/povernemo-zhittya-na-zhitniy-rinok-u-kiyevi-proyshov-gastronomichniy-pop-up-na-vid-yevgena-klopotenka>
3. Колаборація – що це таке, як працює та навіщо потрібно.[Електроннийресурс]. - Режим доступу: <https://termin.in.ua/kolaboratsiia/>
4. Реклама в соціальній мережі інстаграм на сторінці «bacara_coffee»/ допис опубліковано 27 грудня 2021 року/ - Режим доступу: https://www.instagram.com/bacara_coffee/p/CX--HFPgRDP/
5. Реклама в соціальній мережі інстаграм на сторінці «veryperi.cafe» / допис опубліковано 26 вересня 2022 року/ - Режим доступу: [https://www.instagram.com/reel/Ci-
nnYaoWc2/?igsh=MWo3Ynl1OTNyOXQxaQ%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/Ci-
nnYaoWc2/?igsh=MWo3Ynl1OTNyOXQxaQ%3D%3D)
6. Реклама в соціальній мережі інстаграм на сторінці «bacara_coffee»/«CafeBoutique X БАКАРА КАВА »/ допис опубліковано 15 квітня 2023 року/ - Режим доступу: https://www.instagram.com/bacara_coffee/p/CrDB5gEIQIs/
7. Реклама в соціальній мережі інстаграм на сторінці «bacara_coffee»/ допис опубліковано 30 березня 2024 року/ - Режим доступу: <https://www.instagram.com/p/C5IwFdBtgwr/?igsh=dzQ2am4wemtWNGtn>
8. Реклама в соціальній мережі інстаграм на сторінці закладу ресторанного господарства « safe.mathieu» /Поп ап в Матьє! »/ допис опубліковано 18 квітня 2024 року/ - Режим доступу:[https://www.instagram.com/p/C53oF1gImHV/?igsh=MWxldHVpcWdpe
DNtcQ%3D%3D](https://www.instagram.com/p/C53oF1gImHV/?igsh=MWxldHVpcWdpe
DNtcQ%3D%3D)
9. Шикіна О. В. Відкрита кухня як форма інноваційних технологій ресторанного господарства / О. В. Шикіна, К. В. Доценко // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції, 19-20 березня 2020 року: у 2-х томах. – Черкаси: ЧДТУ, 2020. – Т. 1. – С. 125-127.- Режим доступу:<http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/11182>
10. Сайт ресторану «bjork».[Електроннийресурс]. - Режим доступу: <https://expz.menu/7663a20c-be5b-450c-8075-0d4aa5759fb3>
- 11.Реклама в соціальній мережі інстаграм на сторінці закладу ресторанного господарства «xochu.chе»/допис опубліковано 13 квітня 2024 року / - Режим доступу: [https://www.instagram.com/reel/C5snpproKp-
/?igsh=b2U5eWdkb2I2YWVy](https://www.instagram.com/reel/C5snpproKp-
/?igsh=b2U5eWdkb2I2YWVy)

Крістіна БІЛА, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ СТРАВ ІЗ ЯЛОВИЧИНИ

Страви з м'яса користуються значною популярністю у споживачів більшості країн світу – м'ясні страви є невід'ємною складовою етнічних кухонь. Однією з найпопулярніших страв з яловичини у сучасних закладах ресторанного господарства є стек – м'ясо смажене порційним або крупним шматком, як правило на грилі.

Стейки є достатньо дорогою стравою, оскільки м'ясо для їх приготування використовують близько 7-10 відсотків туші бичків. Сучасна кухня виділяє наступні класичні та альтернативні види стейків, назва яких залежить від того, з якої частини туші було вирізано м'ясо [4]. Альтернативні стейки отримують із частин туші, яка використовувалася твариною під час руху або складніше щодо обробки, тому вони більш жорсткіші, ніж класичні.

Удосконаленню технологій приготування страв з яловичини присвячено праці вітчизняних і зарубіжних вчених: Л.М. Ведмідь, В.М. Шамро, Т.С. Нікішина, Г.В. Дейниченко, D.E Baldwin та ін. Проведений аналіз робіт показує, що використання різних способів підготовки та приготування стейків є перспективним напрямком та потребує подальшого дослідження.

Провівши аналітичний огляд літератури та проаналізувавши асортимет стейків для подальших досліджень обрано стейк – Стріплойн, по периметру якого проходить тонка смужка жиру, що надає соковитість.

З метою покращення смакових властивостей Стріплойн стейку було проведено вологу ферментацію з використанням сублімованого буряком.

Методи ферментації позитивно впливають на органолептичні показники готових страв із яловичини за рахунок часткового гідролізу білків, покращення та підвищення вологозв'язуючої здатності і консистенції м'ясних волокон

На основі проведених досліджень та теорії з літературних джерел визначено, що волога ферментація дозволяє підсилити аромат м'яса і краще розкрити смакові якості. Розроблено технологію приготування фірмової страви на основі вологої ферментації основної сировини з використанням антиоксидантів, а саме сублімованого буряку та ріпакової олії. У таблиці 1 визначено раціональне співвідношення компонентів.

Рецептура стейку Стріплойн wet-aged

Найменування сировини	Брутто	Нетто
Стейк Стріплойн	370	350
Сублімований буряк	20	20
Маса напівфабрикату яловичини після ферментації	-	350
Тим'ян	5	5
Ріпакова олія	10	10
Сіль	2	2
Вихід смаженого м'яса	-	330

Сенсорна оцінка Стріплойн стейка приготовленого за класичною технологією та ферментованого методом представлена на профілограмах органолептичних показників (рис. 1)



Рис. 3.1 Органолептичні профілі Стріплойн стейк ферментаваним з використанням сублімованого буряком

Для подачі стейку Стріплойн, готове м'ясо викладають у центр порційної тарілки, поряд наливають соус або викорситовують спеціальні соусники, прикрашають крес салатом або додають гарнір або розмарин. Допустимі терміни зберігання: 24 години, при температурі +4°C (±2°C).

Згідно проведених досліджень можемо зробити висновок, що приготування стейку Стріплойн за допомогою ферментації дозволяє зберегти біологічно активні речовини та отримання унікальної ніжної консистенції.

Список використаних джерел:

1. Бергер А. Д. Сучасні тенденції розвитку м'ясопереробної галузі України. Інтелект XXI. 2017. № 1. С. 41-51
2. Загальні технології харчової промисловості. Навчальний посібник у 2 ч. Ч. 1 / уклад. Ф.В. Перцевої, В.І. Ладики, П.П. Пивоваров, О.О. Гринченко, Н.В. Камсуліна, О.Б. Дроменко, О.Ю. Мельник, О.В. Котляр, А.М. Діхтярь, С.Б. Омельченко, С.П. Боковець. Х. : СНАУ, 2021. 317 с

3. Технологія м'яса та м'ясних продуктів : підручник / М. М. Клименко, Л. Г. Віннікова, І. Г. Береза та ін. ; за ред. М. М. Клименка. - Київ : Вища освіта, 2006. - 640 с.

4. Технологія мяса, м'ясопродуктів та риби : курс лекцій / уклад. : Л. О. Стріха, Т. В. Підпала. Миколаїв : МНАУ, 2021. 146 с.

Стейки з яловичини URL: <https://www.sveganas.com/product-category/steaks-ukraine/>

Валентин ВОЛОЩУК, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПАШТЕТУ КУРЯЧОГО З ПЮРЕ ІЗ ГАРБУЗА

Аналіз останніх досліджень щодо якості харчування населення свідчить, що присутній дефіцит у стравах та виробих вітамінів, мінеральних елементів та харчових волокон. Також слід відмітити, що численні дослідження дієтологів та інших вчених свідчать, що харчові волокна є одним з найбільш дефіцитних речовин у харчуванні людини. Варто зазначити, що добова потреба харчових волокон у харчуванні людини повинно становити від 28 г на добу для жінок та 34 г для чоловіків. Тому необхідно знаходити харчові джерела харчових волокон та їх використання при розробці інноваційних технологій м'ясних страв або виробів оздоровчого призначення [1, 2].

Запропоновано у технології курячого паштету використовувати пюре з гарбуза. Запропонований продукт є складним комплексом, у якому більша частина представлена харчовими волокнами, вітамінами та мінеральними елементами. Гарбуз має привабливі органолептичні характеристики та за смаковими якостями може надати паштету пікантного смаку, що і зумовлює його використання у складі м'ясних страв. Хімічний склад гарбуза представлено у табл. 1 [3].

Хімічний склад гарбуза

Назва показника	Вміст, г/100 г	Назва показника	Вміст, мг/100 г
Білки	1,0	Мінеральні елементи	
Жири	0,1	Залізо	0,4
Вуглеводи, у т.ч.	6,4	Калій	204,0
Моно- і дисахариди	4,2	Кальцій	25,0
Крохмаль	0,2	Магній	14,0
Харчові волокна	2,0	Фосфор	25,0
Вітаміни, мг		Натрій	4,0
A	1,5	Сірка	18,0
B ₁	0,05	Йод, мкг	1,0
B ₂	0,06	Мідь, мкг	180,0
B ₆	0,1	Фтор, мкг	86,0
B ₉ , мкг	14,0	Цинк, мкг	240,0

Аналіз таблиці 1 свідчить, що збагачення паштету з м'яса птиці пюре з гарбуза є доцільним і першочергово необхідно визначити раціональну концентрацію додавання пюре з гарбуза до складу паштету. Визначення раціональної концентрації базується на аналізі органолептичних показників та фізико-хімічних властивостей розробленого паштету.

Виробництво дослідних зразків проводили за розробленою технологічною схемою. Першим етапом було приготування пюре з гарбуза. Це робили виходячи з того, що найкращим способом теплової обробки є запікання, оскільки під час запікання зберігається максимальна кількість корисних елементів. Гарбуз піддавали механічній кулінарній обробці (миття, очищення, доочищення, нарізання) та нарізані шматки гарбуза запікали при температурі 160 °С, охолоджували та перебивали на блендері до утворення однорідної маси.

Гарбузове пюре до паштету додавали на етапі перемішування сирової м'ясної сировини з іншими рецептурними інгредієнтами, оскільки пюре з гарбуза містить високий вміст вологи, тому взаємодія пюре з білками м'яса птиці забезпечить зміну фізико-хімічних властивостей, що позитивно вплине на текстуру готового паштету. Отже, виробництво контрольного та дослідного зразку відбувалось за традиційною рецептурою та за традиційними технологічними режимами.

Раціональну концентрацію гарбузового пюре визначали за такими фізико-хімічними властивостями як вологозв'язуюча та жирутримуюча здатність, та органолептичними властивостями і хімічним складом розроблених паштетів. Гарбузове пюре додавали у кількості 5 %, 10 % та 15 % від маси курячої печінки. За результатами проведених досліджень вологозв'язуючої та жирутримувальної здатності раціональною концентрацією є 15 %, оскільки додавання більшої кількості гарбузового пюре призводить до розшарування фаршу для паштету.

Наступним етапом дослідження було дослідження впливу пюре з гарбуза на органолептичні властивості готової продукції. Органолептичну

оцінку надавали за методом експертних оцінок, тобто кожен експерт надавав оцінку паштету за 5 бальною шкалою використовуючи наступні показники якості: зовнішній вигляд, консистенція, смак і запах, вид на розрізі.

Аналіз хімічного складу розробленого паштету свідчить, що у дослідному зразку збільшився вміст вологи на 2,4 %. Це свідчить про те, що консистенція паштету буде більш соковитою, ніж у контрольного зразка. Проте вміст білків та жиру зменшився на 4,7 % та 5,06 % відповідно. Вміст вуглеводів збільшився на 9,3 % завдяки високому вмісту харчових волокон у гарбузі. Значно збільшився вміст мінеральних елементів, особливо Ca на 170 %, Mg – на 206 %. Завдяки зниженню вмісту жиру знизилась енергетична цінність дослідного зразку паштету на 3,5 %.

Список використаних джерел:

1. Основи фізіології та гігієни харчування : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
2. Технологія продукції функціонального призначення : монографія // за ред. д-ра. техн. наук, проф. М. І. Пересічного. 2-ге вид., переробл. та допов. К.: КНТЕУ, 2012. 1116 с.
3. Хімічний склад харчових продуктів. URL : <https://baker-group.net/bread-and-bakery-products/technology-of-bread-and-bakery-products/2015-09-29-20-08-53-745.html>.

Олександр ЖЕЛІХОВСЬКИЙ, 4 курс
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПОСІЧЕНИХ М'ЯСНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ БОРОШНА ЛЮПИНУ

Харчова промисловість – це важлива галузь народного господарства, яка постійно розвивається під пильною увагою керівництва нашої країни. Так, як харчова промисловість пов'язана із сільським господарством, тому сировинною базою для виготовлення продуктів харчування є тваринництво та рослинництво.

На тлі впровадження сучасних передових технологій, розроблення інноваційних способів виготовлення продукції харчування, удосконалення технології страв та виробів за рахунок додавання компонентів підвищеної харчової цінності, умов зберігання та реалізації, харчова промисловість зазнала суттєвих змін, які позитивно вплинули на якість харчових продуктів.

Важливим напрямком харчової промисловості є комплексна переробка сировини тваринного походження із додаванням до основних рецептурних компонентів продуктів рослинного походження, з метою підвищення харчової

та біологічної цінності готових страв та виробів, підвищення термінів зберігання та зниження втрат під час виробництва.

Одним із найважливіших питань, які потребують вирішення в галузі м'ясної промисловості, є покращення якості продукції в умовах використання сировини, яка надходить на переробку із постійними змінами свого складу та властивостей. Застосування нових і використання вже відомих видів сировини, раціональне використання регіональної сировини в рецептурах м'ясних продуктів є важливим завданням у досягненні високої якості, харчової та біологічної цінності продукції [3].

М'ясо та м'ясні продукти є невід'ємними сировинними компонентами у меню будь-якого ресторану, тому страви і вироби з нього є поживними та цінними за своїм біологічним та харчовим вмістом.

Харчова і біологічна цінність м'яса і м'ясопродуктів залежить від вмісту білків, що мають добре збалансований амінокислотний склад. Жири м'яса обумовлюють його енергетичну цінність. До складу м'яса також входять вуглеводи, вітаміни, екстрактивні та мінеральні речовини [2].

Поживна цінність м'яса залежить від кількісного співвідношення вологи, білка, жиру, вмісту незамінних амінокислот, поліненасичених жирних кислот, вітамінів групи В, мікро- і макроелементів, а також органолептичних показників м'яса.

Білкові речовини передусім визначають поживну цінність і важливі функціональні властивості м'язової тканини, саме на це впливає вид та якість м'ясної сировини. Великою проблемою на ринку м'ясної продукції є монополізація та зниження якості м'ясної сировини. Тому, важливим завданням перед науковцями та технологами постає підвищення якості готових страв та виробів із м'яса. Вирішити цю проблему можна за рахунок комбінування рослинної і тваринної сировини, яка містить підвищений вміст білку. До такої рослинної сировини можна віднести борошно люпину.

За своїм хімічним складом і харчовою цінністю борошно люпину найбільш наближене до тваринних білків. Люпин належить до екологічно чистих культур, так як його вирощують без внесення мінеральних добрив. У 100 г борошна люпину міститься 34,7 % білку, 6,5 % жиру, 17,5 % вуглеводів, 34,3 % клітковини, 3,3 % золи [1].

Основними перевагами люпинового борошна є: високий вміст білка та клітковини, низький вміст легкозасвоюваних вуглеводів. Борошно люпину є альтернативним заміником пшеничному борошну.

Під час проведення наукового дослідження, ми використали люпинове борошно у приготуванні посічених м'ясних виробів, а саме – котлет парових. Люпинове борошно додавали безпосередньо до посіченої маси у відносній концентрації 10 %, 15 %, 20 % від котлетної маси.

За функціонально-технологічними та органолептичними показниками для подальшого дослідження обрано зразок із вмістом 15 % люпинового борошна, котлети тримали форму та практично не змінили колір, смак та запах. Це можна пояснити тим, що люпинове борошно має високу

вологозв'язувальну та вологоутримуючу здатність і пластичність. При додаванні 20 % борошна люпину до котлетної маси, вироби після приготування змінювали колір та набували незначної щільності.

Досліджено хімічний склад готових посічених м'ясних виробів із борошном люпину. Доведено, що вміст білку у досліджуваних зразках збільшився на 7 %, клітковини – 12 %, мінеральних речовин – 1,3%. Це свідчить про те, що парові котлети з борошном люпину можуть використовуватися у дієтичному та функціональному харчуванні.

Встановлено, що люпинове борошно значно підвищує харчову цінність та якість готових парових котлет. За рахунок вологоутримуючої та вологозв'язувальної здатності, люпинове борошно підвищує якість готових посічених м'ясних виробів.

Список використаних джерел

1. Органічне люпинове борошно для кето хліба. URL : https://docom.com.ua/ua/product/organichne-lyupinove-boroshno-dlya-keto-hliba-1000g_14096812287
2. Технологія м'яса та м'ясних продуктів: підручник / за ред. М.М. Клименко. К: Вища освіта, 2006. – 640 с.
3. Nechepurenko K.B. Technological aspects of obtaining structured emulchion in composition of meat products / Nechepurenko K.B.; Pivovarov P.P. // Eastern-european Journal of enterprise technologies; Kharkov, 2014, № 12(68). С. 79–84.

Андрій ЗАБУРМЕХА, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ХОЛОДНИХ СТРАВ

Холодні страви знаходять все більш широке застосування в харчуванні населення, займають вагоме місце в меню закладів ресторанного господарства та відрізняються великою різноманітністю смакових якостей. Їх асортимент дуже різноманітний: бутерброди, салати та вінегрети, страви та закуски з овочів, риби, м'яса, птиці та яєць, заливні страви, паштети, всілякі соління й маринади, гастрономічні закуски (сири, ковбаси, консерви, м'ясні та рибні копченості, оселедець, ікра). Вагоме місце серед холодних страв займають салати, адже вони містять велику кількість поживних речовин, допомагають організму людини засвоювати продукти тваринного походження, збуджують апетит та стимулюють діяльність травних залоз [2].

Проте необхідно зауважити, що більшість салатів заправляється соусом майонез, який є достатньо калорійним та незбалансованим за нутрієнтним складом [5]. Зважаючи на це вирішено поліпшити його харчову цінність. За контрольний зразок обрано салат Олів'є з лососем.

Соус майонез – це харчовий продукт, що являє собою багатокомпонентну, стійку, дрібнодисперсну емульсію, виготовлену з рафінованих, дезодорованих олій з додаванням емульгаторів, стабілізаторів, смакових добавок та прянощів. Однією з головних складових соусу є рослинна олія, яка обов'язково має бути рафінована і дезодорована [3]. Для приготування соусу майонез зазвичай використовують соняшникову олію, яка має канцерогенні властивості та низький хімічний склад.

Провівши аналітичний огляд літератури та проаналізувавши жирнокислотний склад рослинних олій, для подальших досліджень обрано олію авокадо, волоського горіха та лляну. Також у технології соусу типу майонез вирішено замінити основний компонент підкислювача оцет столовий на яблучний, який містить вітаміни групи В, С та Е, мінерали (мідь, залізо, магній, калій та марганець). За основу під час розроблення нової продукції взято вимоги до якості соусів майонез згідно чинних нормативних документів (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Вимоги до якості соусів типу майонез

Назва показника	Соус типу майонез
Зовнішній вигляд та консистенція	Однорідний, сметаноподібний, густий продукт зі поодинокими бульбашками повітря. Дозволено наявність часток спецій, смакових добавок, прянощів, вкраплень від гірчиці у майонезі конкретної назви
Смак та запах	Смак нечітко виражений, злегка кислуватий
Колір	Від білого до кремувато-жовтого. Однорідний за всією масою

Беручи до уваги вищевказані вимоги проведено органолептичну оцінку якості нових соусів майонез з різною концентрацією олії авокадо, волоського горіха та лляної олії. Найвищі бали отримали такі дослідні зразки соусів:

- майонез з олією авокадо, в якому соняшникова олія була повністю замінена на олію авокадо, при цьому соус отримав легкий горіховий аромат та кремоподібну консистенцію;
- майонез з лляної олії, де виконана пропорція 25% рослинної олії до 75% лляної олії, при цьому консистенція та зовнішній вигляд соусу відповідали контролю;
- майонез з олією волоського горіха, в якому використали 50% соняшникової олії та 50% олії волоського горіха, зі збільшенням кількості останньої, в соусі погіршується смак та запах готового продукту.

Зважаючи на покращену поживну цінність олії авокадо, волоського горіха та лляної олії у порівнянні з соняшниковою олією, розраховано харчову цінність салату з удосконаленими соусами типу майонез (табл. 2) [4].

Хімічний склад салату Олів'є з лососем та розробленими соусами

Кількість, г	Контроль	Салат Олів'є з лососем з соусом майонез з олією авокадо	Салат Олів'є з лососем з соусом майонез з лляною олією	Салат Олів'є з лососем з соусом майонез з олією волоського горіху
НЖК, г	1,53	6,00	2,67	2,78
МЖК, г	1,37	2,36	2,45	2,53
ω -6 ПНЖК, г	2,91	4,35	6,42	4,04
ω -3 ПНЖК, г	0,02	1,63	2,17	6,07
Кальцій, мг	37,79	37,94	39,56	38,84
Калій, мг	324,69	338,14	329,23	332,47
Магній, мг	26,64	31,64	27,95	29,12
Натрій, мг	25,96	28,91	26,21	26,39
Фосфор, мг	108,13	114,63	110,58	108,74
Залізо, мг	1,26	1,43	1,26	1,26
Вітамін В ₁ , мг	0,18	0,20	0,21	0,20
Вітамін В ₂ , мг	0,11	0,15	0,16	0,11
Вітамін В ₉ , мкг	4,10	4,55	5,00	4,73
Вітамін РР, мг	3,82	4,72	4,99	4,65
Вітамін Е, мг	1,31	5,35	3,55	4,00

Провівши аналіз хімічного складу салатів з розробленими соусами можна зробити висновок, що дослідні зразки містять підвищену кількість насичених жирних кислот, калію, магнію, фосфору, вітамінів групи В, РР та Е у порівнянні з контролем.

За результатами аналітичного огляду літератури та ряду проведених досліджень обґрунтована доцільність використання олії авокадо, волоського горіха та лляної олії в технології соусів майонез. Використання рослинних олій забезпечує оригінальні органолептичні показники холодних закусок та покращує їх жирнокислотний, вітамінний та мінеральний склад.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 4487: 2015 Майонези. Загальні технічні умови.
2. Захаров В.В., Винник В.В. Удосконалення технології салатів для закладів ресторанного господарства. Ресурсозберігаючі технології легкої, текстильної і харчової промисловості, 2022. С. 133 – 134
3. Носенко Т.Т., Бабенко В.І., Бахмач В.О., Кубайчук О.О. Оптимізація рецептури майонезних емульсій з яєчним білком. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2018. Т. 24, 4. с. 185–194.
4. Таблиця калорійності URL: <https://www.tablycjakalorijnosti.com.ua/>
5. Устінов О.В. Здорове харчування URL: <https://www.umj.com.ua/article/163044/zdorove-harchuvannya-vse-shho-neobhidno-znati>

Єлизавета КАРЕЦЬКА,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ МАКАРУНІВ ІЗ ІТАЛІЙСЬКОЇ МЕРЕНГИ З ВОЛОСЬКИМ ГОРІХОМ ТА МОРКВЯНИМ ПОРОШКОМ

У сучасному світі харчування зазнає значних змін, оскільки харчові продукти вимагають не лише постачання калорій, але й повинні мати корисні властивості для здоров'я. Це стає надзвичайно важливим для людей сьогодення, оскільки кожного року стан довкілля погіршується, що негативно впливає на наше здоров'я. Тому створення продуктів, які сприяють зміцненню здоров'я, або так званих функціональних продуктів, є однією з ключових проблем у галузі харчової промисловості [1].

Сучасне середовище постійно тестує організм людини через різні шкідливі чинники. Головним захисним механізмом людини є імунітет, здатність організму відстоюватися від негативних впливів навколишнього середовища. А саме харчування відіграє важливу роль у зміцненні імунітету, оскільки воно забезпечує організм речовинами, які мають захисні властивості [2].

Один з найбільш швидко розвиваючих сегментів у групі функціональних продуктів у наш час - це виробництво продуктів з підвищеною харчовою цінністю. У більшості випадків вони походять з відходів та побічних продуктів харчової та сільськогосподарської промисловості: фруктові та овочеві порошки, шроти олійних культур тощо [3].

Харчовий продукт, який містить речовини з антиоксидантними властивостями є порошок з моркви. В останні роки зростає інтерес до розробки продуктів, спрямованих на профілактику та лікування захворювань, пов'язаних з порушенням обміну речовин. Одним з найбільш перспективних напрямків є використання порошку з моркви для збагачення продуктів. Порошок з моркви має сконцентрований склад, він багатий вітамінами та мікроелементами і сприяє процесам відновлення, омолодження і регенерації шкіри. Цей продукт також корисний для спортсменів, оскільки в ньому є полісахариди, які підтримують енергію та поліпшують обмін речовин.

Порошок з моркви містить натрій, кальцій, магній, сірку, хлор, фосфор, цинк, залізо та мідь, а також велику кількість клітковини, що сприяє здоров'ю шлунково-кишкового тракту. Його виробляють з відбірної моркви і застосовують інноваційні технології для збереження всіх корисних мікроелементів. Цей порошок широко використовують у кулінарії як натуральний барвник, зберігаючи смак свіжої моркви. Його додають у випічку, кондитерські вироби, мармелад, цукерки та різні страви, використовуючи як приправу, оскільки це зручна форма моркви, що

забезпечує довгий термін зберігання [4]. Отже, використання порошку з моркви для збагачення кондитерських виробів - макарун є обґрунтованим.

Відповідно до традиційної рецептури до складу меренги для макарун входить мигдалеве борошно. Мигдалеве борошно містить у складі високий вміст білків (20 %), жирів (50 %), вуглеводів (13 %, у тому числі клітковини 4%), мінеральні елементи (2,5 %), а також містить вітаміни групи В, вітамін А, Е, К, які мають антиоксидантні властивості [5]. Проте мигдалеве борошно коштує дорого, тому запропоновано замінити мигдалеве борошно на борошно з волоського горіху, який є локальним продуктом для Буковини і має харчову цінність вищу, ніж у мигдального борошна.

У технології макарун доцільним є зменшення вмісту цукру білого з метою підвищення харчової цінності. Встановлено, що цукор білий можна замінити порошком з моркви, оскільки цей порошок містить цукор та клітковину. Тому під час дослідження проводили заміну цукру білого на порошок з моркви у кількості 5 %, 10 % та 15 %. Визначення концентрації досліджували за органолептичними показниками та показниками харчової цінності.

Органолептичний аналіз макарун свідчить, що зі збільшенням порошку з моркви покращувався зовнішній вигляд, смак, запах та вид на розрізі: вироби мали колір від світло-помаранчевого до помаранчевого, смак та запах моркви, зокрема найвищий бал отримав зразок 3 із заміною цукру білого на порошок з моркви у кількості 15 %.

Якість макарун із італійської меренги з волоським горіхом та морквяним порошком «Каротинка» досліджували за хімічним складом.

Порівняльний аналіз хімічного складу макарун свідчить, що у розроблених макарун «Каротинка» збільшився вміст мінеральних елементів, зокрема вміст К та Са збільшився на 38 %, Fe – на 100 %, Р – 64,4 %, Mg – на 29,3 %. Також у розроблених виробах містяться каротиноїди, які відсутні у контрольному зразку та збільшилась кількість клітковини на 25 %. Особливої уваги заслуговує збільшення вмісту жирів, зокрема полі- та насичених жирних кислот та білків на 11,8 %.

Комплексний показник якості розроблених макарун із використанням борошна з волоського горіху та порошку з моркви «Каротинка» вищий за комплексний показник контрольного зразка, за рахунок використання сировини підвищеної харчової цінності.

Список використаних джерел:

1. Основи фізіології та гігієни харчування : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
2. Капрельянц Л.В., Іоргачова К.Г. Функціональні продукти. Одеса. «Друк». 2003. 334 с.
3. Інтернет-магазин. URL : <https://agroecotechnology.com/?product=%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%BE%D0%BA->

%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%B2%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%B9-100-%D0%B3.

4. Самілик М. М., Цирулик Р. В., Вороненко Н. І. Застосування морквяних порошоків для збагачення молочних продуктів / Науковий вісник ТДАТУ. 2023. Вип. 13 (2), С. 8.

5. Хімічний склад волоського горіха. URL : <https://orehovod.org.ua/ua/a269779-gretskij-oreh-himicheskij.html>.

Володимир КОРБУТ, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СТРАВ З РИБИ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНІКИ SOUS VIDE

Страви з риби є важливим джерелом повноцінних білків, які необхідні для побудови клітин організму людини (альбумінів – розчинних у воді; глобулінів – розчинних у слабких розчинах солей і кислот та деяких складних білків, що містять Фосфор).

За хімічним складом риба являється багатим джерелом білку (14 – 25%), жиру (0,4 – 33,5%), мінеральних речовин (0,9 – 2,0%), багатьох вітамінів, які містяться в ікрі, молоках, печінці і інших органах риби. Риба є одним з найцінніших джерел харчових речовин, які сприяють забезпеченню здорового харчування [3].

Білки риби засвоюються легше, ніж білки м'яса. М'язова тканина риби порівняно з м'ясом м'якша і ніжніша, оскільки колаген (білок сполучної тканини риби) менш стійкий проти нагрівання і швидше переходить у глютин.

Жир риби легкоплавкий і залишається в рідкому стані при кімнатній температурі, тому він засвоюється краще, ніж жир яловичини чи баранини. Завдяки цьому рибні страви вживають також холодними. З жиром в організм людини надходять цінні ненасичені жирні кислоти та вітаміни А, D, Е. Вміст жиру у стравах залежить від виду риби, він підвищує калорійність і поліпшує смакові якості.

Рибні страви багаті мінеральними речовинами, особливо страви, які приготовлені з морської риби. Екстрактивні речовини риби збуджують апетит.

Особливо корисна риба хворим на подагру і людям з порушенням обміну речовин. У літньому віці рекомендується споживати страви з нежирної риби, особливо з морської (тріски, морського окуня тощо), багатой на Йод, що є профілактичним засобом проти атеросклерозу.

Екстрактивні речовини риби збуджують апетит. Тому рибні страви легко засвоюються організмом людини, дають енергію, сприяють розумовій діяльності людини, нормалізують обмінні процеси [1].

Мета дослідження – розроблення інноваційних страв з риби із використанням техніки sous vide.

Об'єкт дослідження – технологія приготування страв з риби із застосуванням техніки sous vide.

Предмет дослідження – філе тріски, техніка sous vide.

Класифікують рибні страви за способом їх приготування: смажені рибні страви; варені рибні страви.

Теплова обробка риби сприяє розм'якшенню її тканини, підвищенню засвоюваності білків (до 97 %), знищенню хвороботворних бактерій і токсинів, утворенню нових смакових і ароматичних речовин. Однак, при приготуванні страв із риби за традиційним способом та за звичайних температурних режимів, втрачаються поживні речовини, а саме білки і вітаміни. Тому, перед науковцями постала проблема, щоб знизити температуру приготування риби та підвищити відсоток збереження поживних речовин.

Су-від (sous vide, з французької – «під вакуумом») – це спосіб приготування, при якому їжу (наприклад, м'ясо або рибу) кладуть у герметичний пластиковий пакет і готують на водяній бані або в паровій печі при відносно низькій температурі нижче 100 °C (або навіть нижче 90 °C). Його винайшов у середині 70-х французький шеф-кухар Жорж Пралю (Georges Pralus), який експериментував з приготуванням гусячої печінки у герметично закритих пластикових пакетах. Їжа, яку він готував за методом су-від, мала надзвичайно насичений смак та аромат і виглядала напрочуд апетитно [2].

У приготуванні методом sous vide найважливішим фактором, що забезпечує винятковий смак та зовнішній вигляд страви, є постійна та точно контрольована температура води, яку необхідно підтримувати протягом встановленого часу.

Для приготування страв з риби цим методом, необхідний вакуумний ущільнювач і мішечки – щоб щільно загерметизувати продукти, перш ніж готувати їх при низькій температурі.

Готувати методом sous vide можна за допомогою занурювального термостату-циркулятора або конвекційної печі.

Філе тріски готували у конвекційній печі. Для приготування рибної страви потрібно налити воду в глибоку посудину для приготування їжі, а потім поставити її в духовку з програмою варіння на парі, виставленої на потрібну температуру. Перш ніж почати готувати, потрібно переконавшись, що температура води є правильною, за допомогою вбудованого температурного датчика. Коли вода досить гаряча, покласти у щільно закриті пакетики рибу і готувати протягом 20 хв.

Метод sous vide дуже популярний серед провідних кухарів світу, оскільки він забезпечує цілу низку переваг: інтенсивніший та триваліший смак і аромат; збереження у страві вітамінів та поживних речовин; значне зменшення відходів.

Список використаних джерел

1. Готування за технологією сувід. URL : <https://kozakplus.ua/articles/vacuum-packing/sous-vide>
2. Нові кулінарні технології в ресторанному господарстві. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/bogatyrivova.htm
3. Nyati Hilda. An evaluation of the effect of storage and processing temperatures on the microbiological status of sous vide extended shelf-life products / Hilda Nyati // Food Control. – 2000. – Vol. 11. – pp. 471- 476

Іванна КОСТИНИК, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ДЕСЕРТІВ ІЗ ЗАВАРНОГО ТІСТА

Десерти із заварного тіста становлять важливу складову меню закладів ресторанного господарства як в Україні, так і в усьому світі. Вони є популярними серед клієнтів завдяки своїй неповторності, різноманітності та вишуканому смаку.

Вибір складових інгредієнтів є одним з ключових параметрів у виробництві десертів із заварного тіста. Це визначає якість, смак, текстуру та вигляд готового продукту. Десерти із заварного тіста мають високу калорійність та багаті на харчові волокна, цінні органічні кислоти.

Для подальших досліджень обрано кракелін з кремом шантельє і обліпіхою без глютену. Результати проведених досліджень свідчать про те, що не переносність глютену трапляється набагато частіше, ніж було на початку.

Глютен – це білок, який міститься в пшениці, житі, а також ячмені. Тобто він присутній практично у всіх хлібобулочних і кондитерських виробках. Він виконує сполучну функцію, тому для відповіді на питання, навіщо додають глютен в продукти, можна розглянути тісто, як приклад. Завдяки клейковині тісто буде еластичним і не розсиплеться в руках. Випічка з пшеничного борошна пишна, готові вироби мають більший термін зберігання [1].

Не переносність клейковини може бути обумовлена трьома механізмами, кожен з яких супроводжується індивідуальними симптомами:

- ентеропатія — з таким типом непереносності, спостерігається повний набір неприємних симптомів захворювання;
- алергія — присутні симптоми харчової алергії (кропив'янка, свербіж, висипання навколо рота, нудота);
- герпетиформний дерматит (харчова гіперчутливість) — наявність висипу, який супроводжується пухирями.

Також є захворювання целиакія, при цій хворобі імунна система організму атакує слизову оболонку тонкої кишки під впливом глютену, що спричиняє запалення та пошкодження ворсинок тонкої кишки, які відповідають за поглинання поживних речовин. Це може призводити до різних симптомів, таких як біль у животі, діарея, втома, втрата ваги тощо. Щоб уникнути ускладнень, людям з целиакією необхідно дотримуватися безглютенової дієти, уникати споживання будь-яких продуктів, що містять глютен [2].

Зважаючи на це під час приготування заварного тіста вирішуємо пшеничне борошно замінити на рисове. Рисове борошно не містить глютену, оскільки рис являє собою зернову культуру, що не містить цього білка. Це борошно містить ряд органічних речовин, такі як: клітковина, вітаміни, мінерали, антиоксиданти, протеїн.

Інгредієнти для заварного тіста без глютену ті самі, як і для звичайних – вода, молоко, масло, сіль, цукор і яйця. Однак відрізняється те що, як тільки ви доведете суміш води, молока, масла, солі та цукру до кипіння, додаєте рисове борошно та перемішуєте. Для звичайного заварного тіста ви б знову поставили його на плиту. Важливий крок: коли ви додаєте борошно, просто дайте суміші охолонути, після цього поступово додаєте яйця та перемішуєте [3].

Задля отримання збалансованого жирнокислотного складу, відмінних органолептичних показників, використовуємо пюре обліпихи в начинку.

Додавання обліпихи в тістечко збагатить його корисними властивостями. Обліпиха додає вітамін С, який допоможе підтримати імунну систему, а також вітаміни К і Е, корисні для здоров'я кісток і шкіри. Крім того, обліпиха містить жирні кислоти, які можуть покращити здоров'я серця та шкіри. Її кислий смак також може додати цікавого аромату до тістечок. Також має антиоксидантні властивості, захищаючи клітини від ушкоджень вільними радикалами [4].

Отже, за результатами досліджень встановлено, що у розробленій технології кракеліну з кремом шантельє і обліпихою збільшився вміст мононенасичених жирних кислот та харчових волокон. Значно підвищився мінерально-вітамінний склад: вміст калію збільшився на 12%, кальцію – на 15% магнію – на 2%, вітаміну В – на 3%, Вітаміну Е – на 30%, вітаміну С – на 40%.

Список використаних джерел:

1. Що таке глютен? Шкода та користь глютену, 10.05.24 [Електронний ресурс]. URL: <https://bezglutex.com.ua/uk/blog/statti/scho-take-glyuten-shkoda-ta-korist-glyutenu/>
2. Заварне тісто для еклерів: тістечко є, глютену немає, 10.05.24 [Електронний ресурс]. URL: <https://vypikayka.com/ua/blog/novosti/zavarnoe-testo-dlya-eklerov-pirozhnoe-est-glyutena-net>
3. Системи управління якістю. Вимоги: ДСТУ ISO 9001:2015. – [Чинний від 2016-07-01]. К.: Держспоживстандарт України, 2016 – 30 с. – (Національний стандарт України).
4. Приготування заварного тіста та виробів з нього. 10.05.24 [Електронний ресурс]. URL: <https://vseosvita.ua/library/dobirka-didacticnih-materialiv-po-temi-prigotuvannazavarnogo-tista-ta-virobiv-z-nogo-192400.html>

Павло КОЦЮРУБА, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Борошняні кондитерські вироби з листового тіста є високотехнологічними продуктами, виготовленими шляхом шарування тіста і жиру. Процес виробництва передбачає багаторазове розкачування і складання тіста, що створює численні тонкі шари. Під час випікання волога в тісті перетворюється на пар, який піднімає шари, забезпечуючи характерну структуру виробу. Ці вироби відрізняються легкою, хрусткою текстурою і здатністю утримувати різноманітні начинки, що робить їх універсальними в кондитерському мистецтві. Вони включають в себе такі продукти, як круасани, слойки, тарталетки, які характеризуються високими органолептичними властивостями та значною енергетичною цінністю [1].

Енергетична цінність листового тіста визначається його складом, що включає значну кількість вуглеводів, жирів і незначну кількість білків. Основними компонентами є пшеничне борошно, вершкове масло або маргарин, вода та сіль. Під час процесу ламінування тіста і жиру формується багатшарова структура, що забезпечує продукт високою калорійністю [2].

Вуглеводи, що переважно містяться у вигляді крохмалю, є основним джерелом енергії, забезпечуючи близько 4 ккал/г. Жири, представлені вершковим маслом або маргарином, надають тісту не тільки багатий смак і текстуру, але й високий енергетичний вміст, забезпечуючи приблизно 9 ккал/г. Білки, хоча і присутні в меншій кількості, також вносять вклад в загальну калорійність тіста, забезпечуючи 4 ккал/г.

Загалом, 100 грамів листового тіста можуть містити приблизно 400-500 ккал, залежно від конкретного рецепту та співвідношення інгредієнтів. Така висока енергетична цінність робить листове тісто калорійно насиченим продуктом, що вимагає помірного споживання в рамках збалансованого раціону харчування.

Підвищена харчова цінність листового тіста особливо важлива в умовах, коли необхідно швидко відновити енергетичні запаси організму, наприклад, після інтенсивних фізичних вправ або під час тривалої роботи, що вимагає високої концентрації та уваги. Однак, через високу калорійність, споживання продуктів з листового тіста має бути збалансованим та поміркованим, особливо для людей з малорухливим способом життя або схильністю до надмірної ваги. Тому необхідно розробляти борошняні кондитерські вироби з листового тіста підвищеної харчової цінності, що і зумовило актуальність дослідження.

Науковцями проведено численні дослідження щодо застосування овочевих та фруктових порошків у виробництві борошняних кондитерських виробів.

Так, науковці провели дослідження щодо використання овочевих, фруктових та ягідних порошків у технології виробів з листового тіста. У праці обґрунтовано технологію борошняних кондитерських виробів, зокрема з листового тіста, встановлено, що такі види порошків містять багато пектинів, клітковини, а також мінеральних елементів та вітамінів [1].

У своїй роботі автори розглядають способи зберігання продуктів сільського господарства. Вони встановили, що найбільш оптимальним для отримання фруктових та овочевих порошків є метод активаційного сушіння, який забезпечує найменші втрати корисних речовин порівняно з початковим продуктом. Також вони вказують на перспективність використання цих порошків у харчових технологіях через їх широкий спектр застосування та позитивний вплив на якість готового продукту [2].

Проведені дослідження, де Корецька І. Л. аналізувала вплив концентрації фруктових порошків на структуру клейковини борошна та на реологічні характеристики тіста. Дослідження проводилися на моделях тіста з додаванням 1, 3 і 5% яблучного, бананового та ананасового порошків. Показано, що додавання 3% яблучного порошку призводить до зменшення виходу сирої клейковини на 6,9%, але збільшує вихід сухої на 2,3%. При внесенні 5% яблучного порошку вихід сирої клейковини зменшується на 9,7%, а сухої зростає на 9,3%. Додавання 1, 3 і 5% яблучного порошку також знижує гідратаційну здатність клейковини на відповідні 14,5%, 24,6% і 47,8%. Вологість клейковини також знижується на відповідні 6,4%, 17,9% і 23,5%. Опір клейковини стисненню збільшується на 4,1% при додаванні 1% яблучного порошку, на 5,3% при 3%, і на 7,7% при 5%. Розтяжність зменшується на 35% при додаванні 5% яблучного порошку. Такі самі тенденції виявлені із внесенням бананового та ананасового порошків. Отже, додавання фруктових порошків до тіста підсилює структуру клейковини.

Вплив порошків, багатих пектином, на якість клейковини пояснюється їхньою здатністю до дегідратації та впливом пептизуючих органічних кислот [3].

Список використаних джерел:

1. Капрельянц Л. В., Іоргачова К. Г. Функціональні продукти. Одеса. «Друк». 2003. 334 с.
2. Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Федорова Д.В., Кандалей О.В., Пересічна С.М., Шевченко О.В., Собко А.Б. Технологія продуктів харчування функціонального призначення : монографія. Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. 717 с.
3. Корецька І. Боршняні кондитерські вироби з рослинними порошками набувають стійких лікувально-профілактичних властивостей. Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. № 11 (48). 2008. С. 35-36.

Анастасія КУЧЕРІВСЬКА, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Гут Л.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ХАРЧОВІЙ ІНДУСТРІЇ: ВІД НОВИХ МЕНЮ ДО ТЕХНОЛОГІЙ ОБРОБКИ ПРОДУКТІВ

Харчова індустрія постійно розвивається, щоб задовольнити мінливі потреби споживачів та залишатися конкурентоспроможною. У сильній конкурентній боротьбі важливо, щоб підприємства швидко реагували на зміни як у своєму внутрішньому, так і зовнішньому середовищі[1]. Лідерство тут належить тим, хто найшвидше адаптується до нових реалій і успішно інтегрується в них. Впровадження інновацій є ключовим фактором успіху для компаній, які прагнуть процвітати в цьому динамічному середовищі.

Можна відокремити декілька основних напрямків інновацій у харчовій індустрії.

1. Нові продукти та меню:

- створення сезонних та тематичних меню, що пропонують унікальні та цікаві страви;
- розширення асортименту продуктів для задоволення потреб різних груп споживачів, таких як вегетаріанці, вегани, люди з алергією та люди з особливими потребами;
- розробка нових продуктів, які відповідають сучасним трендам, таким як здорове харчування, зручність та стійкість.

Функціональні продукти набирають обертів, а дієти стають все більш популярними. Індустрія харчування розвивається досить динамічно, але все ж не до кінця структурований ринок, де більшу частину маркетингу

здійснюють в соціальних мережах. Тому лідери думок, такі як кухарі та блогери, відіграватимуть ключову роль у його становленні. Концепції, подібні до урбанізованого та вертикального сільського господарства, формуватимуть майбутнє цього ринку. Ці інновації призведуть до змін в існуючій моделі ланцюжка постачання та перерозподілу виробництва [2].

2. Технології обробки продуктів:

- впровадження нових технологій для підвищення ефективності, безпеки та якості харчових продуктів;
- використання автоматизації та робототехніки для оптимізації виробничих процесів;
- застосування нових методів консервування та упаковки для продовження терміну зберігання продуктів.

Вивчення джерел фахової літератури, дозволило нам виокремити впровадження нових технологій у харчовій індустрії:

1. "Modern Meadow" (США): цей стартап використовує технологію культивованого м'яса, щоб вирощувати м'ясо з тваринних клітин без необхідності забивати тварин. Це дозволяє їм пропонувати етичне та стійке джерело м'яса, яке також має високу якість та смак [3].

2. "Naptics" (Ізраїль): ресторан використовує 3D-друк їжі, щоб створювати персоналізовані страви з унікальними текстурами та формами. Це дозволяє їм пропонувати новий кулінарний досвід, який неможливо відтворити традиційними методами [4].

3. "Farm One" (Сінгапур): ця вертикальна ферма використовує гідропоніку та штучне освітлення для вирощування свіжих овочів та трав у приміщенні. Це дозволяє їм пропонувати свіжі, локальні продукти протягом усього року, а також зменшити викиди CO₂, пов'язані з транспортуванням продуктів [5].

4. "Robot Pizza" (США): піцерія використовує роботів для приготування та випікання піци. Це дозволяє їм пропонувати швидке, ефективне та точне обслуговування, а також зменшити витрати на робочу силу [6].

5. "Alain Ducasse au Plaza Athénée" (Франція): ресторан з 3 зірками Мішлен використовує штучний інтелект для аналізу даних про замовлення клієнтів та персоналізації меню, що дозволяє їм пропонувати більш персоналізований досвід та мінімізувати харчові відходи [7].

Перевагами впровадження інновацій є збільшення продажів та частки ринку, підвищення лояльності клієнтів та покращення іміджу бренду, зниження витрат та підвищення ефективності, забезпечення конкурентної переваги, відкриття нових можливостей для масштабування бізнесу.

Впровадження інновацій пов'язане з певними ризиками: високі витрати на дослідження та розробки передбачають багаторазове регуляторне схвалення проєкту групою розробників та керівником проєкту; ризик невдачі нових продуктів або технологій; зміна споживчих уподобань; конкуренція з боку інших інноваційних компаній.

Отже, впровадження інновацій є важливим фактором успіху для компаній харчової індустрії. Існує багато напрямків, в яких компанії можуть впроваджувати інновації, щоб покращити свої продукти, процеси та маркетингові стратегії. Незважаючи на виклики, які стоять перед впровадженням інновацій, переваги можуть бути значними для компаній, які готові ризикувати та інвестувати в нові ідеї.

Список використаних джерел:

1. Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://surl.li/syymg>
2. Тренди харчової промисловості. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://surl.li/syukw>
3. Modern Meadow: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://modernmeadow.com/>
4. Naptics: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=p9bVXr0dHEU>
5. Farm One: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://farm.one/>
6. Robot Pizza: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://m.youtube.com/watch?v=fNpBDwYLi-Q>
7. Alain Ducasse au Plaza Athénée: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.dorchestercollection.com/paris/hotel-plaza-athenee/dining>

Олександр ЛЕБЕДЄВ, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Романовська О. Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують у середовищі багатомірної конкуренції та постійних викликів у зв'язку з російською агресією, за яких виживання та ефективне господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій. Зростання конкуренції у сфері готельного господарства вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження інфраструктурних, технологічних та інших інновацій у діяльність готельних підприємств. Інноваційні технології - радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі є товаром. Зазвичай мають знижену капіталомісткість, характеризуються більшою екологічністю й меншими енергопотребами [1].

Подальший розвиток готельно-ресторанного господарства неможливий без сучасного обладнання та новітніх технологій. Інноваційна діяльність

передбачає не тільки використання науково-технічних розробок і винаходів на практиці, але й проведення певних змін продуктів, процесів, маркетингу, організації та управління підприємством. Оскільки кожна галузь народного господарства має свої риси, то до інноваційної діяльності в готельному господарстві слід відносити перш за все ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням і розвитком фізичних та духовних сил клієнтів;
- підвищенням ефективності функціонування туристичної інфраструктури;
- підвищенням ефективності управління функціонуванням і розвитком підприємств готельного господарства в країні;
- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування й споживання готельних послуг;
- прогресивними змінами факторів виробництва;
- підвищенням іміджу та конкурентоспроможності готельних підприємств [2]

Інновації, що змінюють готельний бізнес.

Автоматизація та роботизація.

1. Впровадження роботів у різні завдання обслуговування гостей, такі як доставка багажу, прийом замовлень у ресторанах або надання інформації про готель.

2. Автоматизація процесів реєстрації, обліку та управління номерами за допомогою автоматичних терміналів та систем самообслуговування, що дозволяє скоротити час очікування та підвищити ефективність обслуговування.

Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR).

1. Використання AR та VR для створення більш привабливого та персоналізованого досвіду перебування гостей. Гості можуть, наприклад, подорожувати віртуально за визначними пам'ятками або переглядати різні варіанти дизайну та меблів перед бронюванням.

2. Можливість перегляду номерів та громадських просторів за допомогою віртуальної реальності, що дозволяє гостям отримати більш реалістичне уявлення про готель перед приїздом.

Інтернет речей (IoT).

1. Підключення пристроїв та обладнання в номерах до мережі Інтернет для підвищення комфорту та безпеки гостей. Наприклад, розумні системи керування освітленням, кондиціонуванням та іншими аспектами комфорту в номерах, які можуть бути налаштовані за індивідуальними уподобаннями гостя.

2. Використання IoT для збору даних про споживання та переваги гостей, що дозволяє готелям надавати персоналізований сервіс та прогнозувати потреби клієнтів.

Штучний інтелект (AI) та аналітика даних.

1. Застосування AI та аналітики даних для аналізу переваг та поведінки

гостей з метою надання персоналізованого сервісу. Наприклад, системи можуть автоматично розпізнавати переваги гостей з їхньої історії перебування та пропонувати рекомендації на основі цих даних.

2. Використання AI для оптимізації процесів управління готельним підприємством. AI може аналізувати великі обсяги даних, включаючи інформацію про бронювання, попит на послуги, переваги гостей та відгуки, щоб допомогти готелям прогнозувати попит, оптимізувати ціноутворення та керувати запасами. Це дозволяє покращити операційну ефективність та забезпечити максимальне завантаження номерів та ресурсів [3].

Готельна індустрія залишається у пошуку нових технологій, здатних змінити готельний бізнес та вдосконалити досвід перебування гостей. У наступних розділах ми розглянемо ключові інновації, які з великою ймовірністю змінять майбутнє готельної індустрії та перевернуть звичні підходи до обслуговування клієнтів [4].

Список використаних джерел

1. Балацька Н. Ю. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні // Молодий вчений. 2016. № 1 (28). С. 12–15.

2. Домінська О.Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8/

3. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL : http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm

4. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті // Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 148-158. URL : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>

Олександр ЛИСЕНКО, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Романовська О. Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

ІННОВАЦІЇ В ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З ПІСОЧНОГО ТІСТА

Одним із значних недоліків борошняних кондитерських виробів є низький вміст в них важливих біологічно активних речовин, мінеральних сполук, харчових волокон та інших корисних компонентів. Великий попит на кондитерські вироби вимагає внесення коректив у їхній хімічний склад. Рецептūra цієї категорії продуктів підлягає регулюванню, що дозволяє створювати продукти харчування, що відповідають сучасним науковим вимогам у галузі харчування [1].

Якість борошна має значний вплив на смакові та текстурні характеристики печива. Використання борошна з підвищеною активністю протеолітичних ферментів або препаратів протеаз дозволяє збільшити об'єм печива під час випікання [2].

За останні роки були запропоновані нові види сировини для печива. Наприклад, включення до складу борошняних композитних сумішей продуктів екструдуювання, таких як гречка, рис, соєве борошно, порошкоподібні напівфабрикати, порошки лікарської сировини, створює функціональні продукти, які відповідають сучасним вимогам у галузі здорового харчування. На основі борошна різних видів, у поєднанні з багатокomпонентними порошкоподібними напівфабрикатами і продуктами екструдуювання круп, були створені борошняні композитні суміші для печива лікувально-профілактичного та дієтичного призначення. Ці вироби мають високий вміст заліза. Для печива лікувально-профілактичного, дієтичного та дитячого харчування були розроблені сушені ІЧ-методом горох та морква з максимальним збереженням вітамінної активності [3, 4].

Для окремих виробів рекомендується використання сироватки, яку отримують під час переробки соєвих бобів. Ця сироватка містить значну кількість білка, ізофлавононів та олігоцукридів. Гідролізати, отримані за атмосферного тиску, відзначаються вищою антиоксидантною активністю, ніж білки сироватки [5].

Пропонують використовувати гідролізоване бурякове пюре, яке збагачує печиво фруктозою, глюкозою, пектинами та мінеральними речовинами, як універсальну добавку. Дослідники розробили рецепт печива з додаванням порошку з розторопші (5 %) і карательки (3-5 %), але варто зауважити, що підвищена концентрація цих добавок може негативно вплинути на зовнішній вигляд і смак печива, змінити консистенцію чи вплинути на його структуру [4].

Для приготування печива використовують спеціальну добавку, що містить горохове борошно, отримане з екструдованих зерен гороху, і молоко сухе у співвідношенні 1: (1-2). Крім того, у складі печива є начинка (17 %) на основі підварки. У рецептурі також міститься приблизно 12 % цукру і 17 % маргарину [6].

Розроблена рецептура для цукрового печива, основною сировиною якого є пшеничне борошно I гатунку, сочевиця і амарант у співвідношенні 4,2:1:3,75 відповідно. Ця комбінація дозволяє покращити якість продукту, збільшити його водопоглинання та зменшити міцність [7].

В рамках досліджень було використано топінамбур. Максимально допустима кількість цієї сировини у цукровому печиві з цукром-піском становить 7 % від маси борошна, а при використанні сорбіту або фруктози - 5 % [8].

Пропонується асортимент цукрового печива функціонального призначення, до складу якого входять пребіотик полідекстроза та лактат кальцію (1,3 г на 150 г продукту). Щоб уникнути присмаку солей кальцію та

відчуття порошку при жуванні печива, підвищити ефективність розподілу солі в емульсії, використовується емульгатор лецитин. Комбінація цих компонентів сприяє покращенню якості готового продукту та значному зниженню його енергетичної цінності через заміну близько 50 % цукру [9].

Також розроблено кілька видів печива, у яких 50 % жирів замінено сумішшю на основі вуглеводів або білків. Це призводить до підвищення твердості і крихкості печива, проте таке покращення досягається завдяки внесенню заміників, які покращують структурні характеристики у порівнянні з печивом з низьким вмістом жиру без заміників. У випадку заміни жиру також збільшується пружно-в'язкий компонент, а параметри моделі залежать від типу замітника [10].

Була розроблена технологія та обґрунтовані рецептури борошняних кондитерських виробів з оптимальним співвідношенням складу жирних кислот омега-6 та омега-3. З метою корекції реологічних властивостей тіста з новою жировою сировиною для кожного виду виробів, враховуючи сорт борошна, були обрані спеціальні емульгатори [11].

Запропонований склад для приготування печива включає такі компоненти, як пшеничне борошно, цукрова пудра, молоко сухе незбиране, хімічні розпушувачі, кухонна сіль і фруктово-ягідні порошки у наступному співвідношенні: 1 частина пшеничного борошна до 10,0 частин цукрової пудри до 4,05 частин молока сухого незбираного до 0,005 частин хімічних розпушувачів до 0,004 частин солі кухонної до 0,08 частин фруктово-ягідних порошоків. Цей склад забезпечує створення тіста з розсипчастою структурою та високими органолептичними характеристиками [12, 13].

Список використаних джерел:

1. Овчаренко О. Д. Нові напівфабрикати з пісочного тіста підвищеної харчової цінності // Зберігання та переробка сільгоспсировини. 2008. №11. С. 62-65.
2. Шляхи підвищення харчової цінності пісочного печива / Г. М. Лисюк, А. М. Чуйко, О. Г. Шидакова-Каменюка // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. Вип. 1. Харків : ХДУХТ, 2005. С. 207-211.
3. Бойдуник Р. М. Використання нетрадиційної сировини для поліпшення харчової цінності начинок пісочного печива / Якість та безпечність товарів : мат. III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів. Луцьк, 1 квітня 2016 р. Луцьк, 2016. С. 91-93.
4. Товарознавство цукру, меду, кондитерських виробів. Сирохман І.В., Лозова Т.М. 2023. 616 с.
5. Печиво. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%87%D0%B8%D0%B2%D0%BE>.

6. Журнал «Харчові технології». URL : <https://harch.tech/2022/09/16/zdorovi-ingredienty-dlia-pekararskoi-ta-kondyterskoi-galuzej/>.
7. Akubor P. I., Onimawo I. A. Functional properties and performance of soybean and maize flour blends in cookies // Plant Foods for Human Nutrition. 2003. V. 58 (3). P. 1–12.
8. Печиво для діабетиків «Веніні» : пат. на корисну модель 129769 Україна: МПК А23G 3/50 / Дітріх І. В., Матвієнко С. С.; власник НУХТ. № 129769; заявл. 15.05.2018; опубл. 12.11.2018, Бюл. № 21.
9. Печиво функціонального призначення : пат. на корисну модель 70088 Україна: МПК А21D 13/08. / Дорохович А. М., Бабіч О. В., Дорохович В. В.; власник НУХТ. № 7008; заяв. 25.12.2003; опубл. 15.09.2004, Бюл. № 9.
10. Петренко М. М., Дорохович А. М. Дослідження впливу інуліну та білкових ізолятів на якість зтяжного печива спеціального призначення // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ 175 столітті : матеріали 83 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 5-6 квітня 2017 р. Київ: НУХТ. 2017. Ч. 1. С. 141.
11. Зтяжне печиво дієтично-функціонального призначення : пат. на корисну модель 101673 Україна: МПК А21D 13/08 / Дорохович А. М., Петренко М. М., Кириченко П. О.; власник НУХТ. № 101673; заяв. 31.03.2015; опубл. 25.09.2015, Бюл. № 18.
12. Склад для приготування цукрового печива : пат. на винахід № 51741 Україна: МПК А21D13/08 / Данько М. В., заяв. 18.05.1999; опубл. 16.12.2002, Бюл. № 12.
13. Світлана Юрченко, Олена Краскова. Дослідження впливу різних жирів на властивості печива / V Міжнародна науково-технічна конференція «Стан і перспективи харчової науки та промисловості. Electronic archive of Ternopil National Ivan Puluj Technical University. URL : <https://core.ac.uk/reader/249317930>.

Віталій МАЧУШАК, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ СТРАВИ З СИРУ КИСЛОМОЛОЧНОГО

Згідно літературних та патентних досліджень, які були проведені у 1 розділі страви з сиру кисломолочного є пріоритетним напрямом дослідження завдяки підвищеній харчовій цінності сиру. Тому доцільним є розроблення технології та рецептури солодких страв з сиру кисломолочного з використанням порошку з яблук. До солодких страв, що користуються попитом серед споживачів відносять чизкейки.

Чизкейк (англ. cheesecake) – це страва європейської та американської кухні, що являє собою сирний десерт від сирної запіканки до тістечка суфле [1]. Чизкейк складається з випеченого коржа та начинки. До складу коржа та начинки входить сировина, яка має підвищений вміст цукру та жирів. З метою підвищення харчової цінності до складу рецептури доцільно додавати яблучний порошок.

Яблучний порошок має підвищену харчову цінність через високий вміст вітамінів, мікроелементів та пектинових речовин, які підтримують здоров'я травної системи, сприяють належному обміну речовин і підвищують стійкість до алергічних факторів. Технологічні властивості порошку посилюються завдяки моносахаридам, таким як глюкоза і фруктоза, що сприяють його швидкій і ефективній утилізації в організмі.

Яблучний порошок широко використовують під час приготування різних страв та напоїв, завдяки високому вмісту пектинових речовин. Пектини - це полісахариди, що складаються з залишків галактуронової кислоти. Цей тип вуглеводів зустрічається у всіх рослинах, але особливо велика їх кількість міститься у фруктах і деяких водних рослин.

Пектини – це натуральна харчова добавка, яка володіє желуючими властивостями. У харчовій промисловості яблучний порошок використовують під час виробництва зефіру, мармеладу, джему у якості стабілізатора, комплексоутворювача, драглеутворювача консистенції, а також має емульгуючу властивість [2]. Тобто, додаючи яблучний порошок до страв можна зменшувати кількість борошна у рецептурі, тим самим зменшуючи енергетичну цінність готової страви.

Пектинові речовини переважно отримують з соку та вичавків яблук і цитрусових, осаду цукрових буряків, коржів соняшнику та гарбуза. Цей процес в основному відбувається на промислових масштабах. Також слід зазначити, що під час дозрівання плодів, пектин розкладається за допомогою ферментів, таких як пектиназа та пектінестераза з утворенням протопектину. Цей процес призводить до розм'якшення плодів, оскільки внутрішні структури руйнуються, і клітини починають відокремлюватись одна від одної.

Також варто зазначити про позитивний вплив пектинових речовин на організм людини. Вченими досліджено, що при споживанні 0,5 кг фруктів та овочів щодня до організму людини потрапляє до 5 г пектину. Позитивна дія пектину проявляється у наступному: під час травлення в організмі людини, пектин утворює зв'язки з холестерином у шлунково-кишковому тракті, що призводить до уповільнення всмоктування глюкози. Це в свою чергу спричиняє затримку усмоктування вуглеводів [3, 4].

Важливе значення пектинів з точки зору технології. Відмінність пектинів від желатину полягає в тому, що пектин перетворюється на гель лише за наявності у суміші цукрів та кислот. Під час термічного оброблення пектини розчиняються у воді та утворюють осад при наявності органічних розчинників. Якщо температура становить більше 100 °С, пектини здатні

розкладатись, тому необхідно використовувати очищену воду, яка не містить іони хлору.

Отже, враховуючи технологічні властивості пектинів, які входять до складу яблучного порошку, можна підвищити не тільки харчову цінність страв, а також покращити структурно-механічні властивості шляхом заміни борошна пшеничного вищого сорту.

Під час досліджень використовували сир кисломолочний 9% жирності, яблучний порошок вітчизняного виробництва (Spektrumix, Україна), вершки 33 % жирності, борошно пшеничне, цукор білий.

Проведені дослідження пробного випікання свідчать, що у розробленому чизкейку з сиру кисломолочного та яблучного порошку покращились органолептичні характеристики: зовнішній вигляд – чизкейк має коричневу скоринку без надривів, вид на розрізі – рівномірний, однорідна консистенція без грудочок, смак та запах – помірно солодкий, із ніжним смаком сиру кисломолочного.

За даними хімічного складу можна зробити висновок, що у порівнянні з контрольним зразком у дослідного збільшився вміст білків на 6,3 %, харчових волокон – на 100 %, мінеральних елементів, особливо Заліза та Магнію, та вітамінів (А, В₂, РР), що сприяло зменшенню енергетичної цінності на 6,1 %.

Згідно проведених досліджень побудовано модель якості чизкейку з сиром кисломолочним та яблучним порошком. Модель якості будували з урахуванням коефіцієнтів вагомості тих показників, кількість яких була значно більша у порівнянні з контрольним зразком.

Список використаних джерел:

1. Чизкейк. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B8%D0%B7%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D0%BA>.
2. Виноградов І.Б. Аналіз сучасного стану виробництва пектинових речовин : монографія. К. : Каравела, 2021. 213 с.
3. Феномен пектину / І. С. Гулий, Л. Д. Бобрівник, М. С. Карпович. // Харчова та переробна промисловість. 2018. № 11. с. 20-21.
4. Основи фізіології та гігієни харчування : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 336 с.

Альбіна МЕЛЬНИЧУК, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ М'ЯСНИХ СІЧЕНИХ ВИРОБІВ ДЛЯ БАРБЕКЮ З ВИКОРИСТАННЯМ ТОПІНАМБУРУ

Науковими дослідженнями останніх років аргументовано доведено, що топінамбур, враховуючи його хімічний склад (наявність вітамінів, мікроелементів, легко-засвоєних вуглеводів і ін.), може бути цінним компонентом профілактичного і дієтичного харчування [1]. Це підтверджено і медико-біологічними дослідженнями із застосуванням земляної груші при хворобах, пов'язаних з порушенням обміну речовин. З другого боку, собівартість цієї невибагливої культури надзвичайно низька [2]. Поєднання всіх згаданих властивостей топінамбура дозволило розробити рекомендації для виробництва харчових продуктів з метою поліпшення якості і розширення асортименту виробів, упровадження нових біологічно цінних продуктів. Одна група рекомендованих виробів складається з продуктів, що включають бульби свіжі або піддані незначній термічній обробці. До них відносяться овочеві салати, соуси, гарніри, запіканки. Слід зазначити, що страви, які включають топінамбур, мають значно нижчу енергетичну цінність, ніж аналогічні страви, які містять картоплю. Друга група виробів базується на використанні порошку топінамбура.

Відомо, що топінамбур відрізняється від інших овочів високим вмістом білка (6,8%), який містить 16 амінокислот, в тому числі 8 незамінних. Бульби топінамбуру містять велику кількість заліза, кремнію та цинку, а також вітаміни.

На основі інулінвмісної сировини, а саме топінамбура розроблено технології січених страв з м'яса. Інулін, який міститься в топінамбурі, можна віднести до класу речовин, що володіють так званім пребіотичним ефектом. Також топінамбур збагачує страву мінералами та вітамінами [3, 4].

З вищесказаного, можна зробити висновок, що рослинну сировину доцільно використовувати у виробництві приготування січених страв з м'яса, адже вона надає виробам лікувально-профілактичних властивостей, підвищує її харчову цінність, є недефіцитною і недорогою. Тому наукова робота, що присвячена розробці технології приготування січених страв з м'яса з додаванням топінамбура є доцільною.

На другому етапі з метою визначення раціональної кількості використання топінамбуру, розроблено модельні композиції січеної маси з різним процентним співвідношенням добавки топінамбуру, від 10% до 30%. Основним фактором при визначенні кількості добавки виступила органолептична оцінка страви. У даному виробі планується замінити частину січеної маси на топінамбур.

За смаком, запахом та зовнішнім виглядом дослід та контроль м'ясних виробів мають практично однакову кількість балів, незначна різниця спостерігається лише у зовнішньому вигляді фаршу на розрізі та консистенції. Консистенція у дослідних зразках стає дещо пружнішою. Згідно розробленій технології, топінамбур вводиться в рецептуру в пюреподібному стані при замішування січеної маси.

На основі результатів досліджень можна зробити висновок, що січені страви, які вироблені з включенням до їх рецептур топінамбура, мають більший вміст білків, мінеральних речовин (залізо, натрій), вітамінів (особливо групи В, токоферолу), ніж традиційні вироби, мають в своєму складі інулін, який це дозволяє зміцнити організм людини, посилити захисну дію імунної системи і тим самим збільшити стійкість організму людини до несприятливих факторів зовнішнього середовища, а також розширити асортимент виробів.

Для дослідження впливу топінамбуру на подрібнені м'ясні вироби, був використаний біфштекс січений для барбекю «BBQ», в якому 20% м'яса було замінено на топінамбур.

У біфштексу січеному «BBQ», значно зріс вміст мінеральних речовин, а саме калію на 262.6%, магнію на 242%, заліза на 285%, страва збагатилася інуліном.

Для оцінки перспективної конкурентопридатності розроблено 100-балову шкалу, що складається з чотирьох змішаних показників (комплексного й одиничних), кожному з яких відповідають певні коефіцієнти вагомості, визначені експертним методом [5, 6].

На відміну від багатьох відомих методів оцінки запропонована методика враховує взаємний вплив комплексу застосованих показників (комплексного показника якості; економічного показника — рівня собівартості продукції; показника маркетингових досліджень — рівня задоволення потреб споживачів, який опосередковано відображає кон'юнктуру ринку (попит і пропозицію) досліджуваних продуктів; показника інноваційної діяльності — патентної захищеності). При цьому якість має вирішальне значення й є основним конкурентоутворюючим фактором.

Список використаних джерел:

1. Касіянчук В.Д. Економічні перспективи використання топінамбура, як нетрадиційної сировини // Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. Івано-Франківськ, 2013. Вип. 8. С. 226-271.

2. Касіянчук В.Д., Касіянчук М.В. Спосіб виробництва порошкоподібних фруктових-ягідних, овочевих і грибних напівфабрикатів і/або сухо продуктів // Патент на корисну модель № 95646. Зареєстровано в державному реєстрі патентів України на корисні моделі 25.12.2014 р.

3. Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Карпенко П.О. Технологія продукції громадського харчування з використанням біологічно активних добавок : монографія. Київ: КНТЕУ, 2003.

4. Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Федорова Д.В., Кандалей О.В., Пересічна С.М., Шевченко О.В., Собко А.Б. Технологія продуктів харчування функціонального призначення : монографія. Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. 717 с.

5. Технологія продукції функціонального призначення : монографія // за ред. д-ра. техн. наук, проф. М. І. Пересічного. 2-ге вид., переробл. та допов. К.: КНТЕУ, 2012. 1116 с.

6. Капрельянц Л.В., Юргачова К.Г. Функціональні продукти. Одеса. «Друк». 2003. 334 с.

Олександра МИХАЛЬСЬКА, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Кравченко М. Ф.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАВАРНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ

Харчові волокна представляють собою компоненти рослин або продуктів рослинного походження, які не засвоюються організмом через шлунково-кишковий тракт. Основними джерелами харчових волокон є фрукти, овочі та злаки, включаючи шкірку плодів, яку ми часто видаляємо перед споживанням. Сучасні перспективні джерела харчових волокон для використання у кондитерській технології включають овочі, фрукти, неосвітлені фруктові соки з м'якоттю, цільнозмолочне зерно, грубо помолений порошок, висівки злаків, концентрати харчових волокон, отримані з злаків або іншої рослинної сировини [1].

До складу харчових волокон входять: целюлоза (клітковина), геміцелюлоза, пектини, лігніни, слиз та камеді. Хоча крохмаль є полісахаридом, він не відноситься до пребіотиків, оскільки в нормі повністю розщеплюється і засвоюється у верхніх частинах кишківника, тому мікроорганізми товстого кишківника не можуть використовувати його як джерело поживи [2].

Було встановлено, що рослинні харчові волокна мають важливе значення у лікуванні ожиріння, діабету, а також в профілактиці склерозу, утворення камінців у жовчному міхурі та дивертикульозу. Статистика свідчить, що у країнах, де населення споживає більше харчових волокон, рівень захворювання товстої кишки, включаючи онкологічні захворювання, значно нижчий [3].

Враховуючи вищезазначене запропоновано виробляти заварні тістечка з використанням клітковини з насіння гарбуза [4]. Клітковина, яка міститься в насінні гарбуза, є унікальним продуктом за своїми властивостями. Це не

лише щоденна складова харчування, але й корисна альтернатива хлібу, оскільки вона не містить дріжджів і борошна. Додавання клітковини до різних страв є корисним. Особливо клітковина, отримана з меленого насіння гарбуза, має підвищену біологічну цінність і є частиною спеціального дієтичного раціону. Її легко засвоює організм, насичуючи його корисними речовинами. Клітковина з насіння гарбуза сприяє кращому засвоєнню їжі і регулює роботу кишечника, а також виводить з організму токсичні речовини, шлаки, надлишок холестерину, аміаку, та жовчних пігментів [5].

У клітковині гарбузового насіння знаходиться значна кількість незамінних амінокислот, зокрема фенілаланіну, лейцину та ізолейцину. Порівняно з гліадином пшениці, гарбузове насіння містить у 7 разів більше лізину, у 3 рази більше фенілаланіну, та у 2 рази більше валіну, лейцину та ізолейцину. Оскільки лімітуючою амінокислотою для білку зернових є лізин, рекомендується використання гарбузового насіння разом із злаковими для створення харчових продуктів. Також варто зазначити, що кукурбітин має високий вміст аргініну та невелику кількість гістидину [6].

Технологія заварного тіста передбачає заварювання борошна у суміші води та солі, та поступове додавання жиру та яєць. Тому під час приготування дослідних зразків готували борошняну суміш, до складу якої входили борошно пшеничне вищого сорту (БПВС) та клітковина з насіння гарбуза (КНГ) у наступних співвідношеннях (БПВС: КНГ) : 90:10, 80:20, 70:30, 60:40, 50:50.

Згідно наукових даних на структурно-механічні властивості тіста та готових виробів впливає якість та кількість клейковини. Відомо, що у технології виробів з листового та дріжджового тіста використовують борошно пшеничне з «сильним» борошном з метою отримання еластичного та пружного тіста. У технології бісквітного, пісочного, заварного, вафельного використовують борошно пшеничне із слабкою клейковиною, оскільки значне набрякання білків не здатне утворити потрібну консистенцію тіста. Тому у розроблених тістових модельних композиціях визначали густину та об'єм жирової та водної фаз.

При збільшенні концентрації КНГ спостерігається зменшення густини тіста відносно контролю на 10,5 %...36,8%, причому при концентрації більше 30 % КНГ спостерігається стрімке зниження густини. Зменшення густини заварного тіста свідчить про те, що вироби набудуть пористої структури.

У складі рецептури заварного тіста містяться жири, тому його можна віднести до емульсій. Емульсії є нестійкими системами і з часом вони зазнають руйнування, тому таке тісто необхідно випікати одразу після приготування. На стійкість емульсії впливає борошно пшеничне та метод замішування.

Підводячи підсумки досліджень, можна стверджувати, що використання КНГ сприяє зниженню щільності жирних сумішей і зменшує розділення їх жирної та водяної фаз. Ці висновки базуються на аналізі модельних систем і потребують подальших ретельних досліджень та

уточнень в рамках конкретних харчових систем. відповідно за показниками тіста, зокрема густини та об'єму фаз, раціональна концентрація КНГ у заварному тісті становить 30 %.

Розроблена технологія заварного тіста з додаванням клітковини з гарбузового насіння є багатофункціональна, тобто цю технологію можна впроваджувати у діяльність крафтових кондитерських цехах та закладах ресторанного господарства.

Список використаних джерел:

1. Удосконалення технології хлібобулочних виробів, збагачених харчовими волокнами: дис... канд. техн. наук: 05.18.16. / Назар М. І. Київ, 2018. 22 с.
2. Гречко, В. В., Страшинський, І. М., & Пасічний, В. М. (2019). Харчові волокна як функціональний інгредієнт у м'ясних напівфабрикатах. Технічні науки та технології, (2(16), 154–164.
3. Міхеєнко О. І. Культура харчування як складова культури здоров'я людини (валеологічний аспект). Проблеми фізичного виховання і спорту. 2011. № 3. С. 116-121.
4. Рацук М. Вплив харчових волокон на якість варених ковбасних виробів / М. Рацук, Д. Сарібекова, З. Водяницька // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [«Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека»], (Київ, 17-18 листопада 2021 р.). Київський національний університет харчових технологій, 2021. С. 83-84.
5. Клітковина гарбуза. // MED CENTRE. URL : <https://www.medcentre.com.ua/medikamenty/kletchatka-tykvu.html/>
6. Хімічний склад насіння гарбуза. URL : <https://flexi.com.ua/?p=7455>.

Іванна ПЕЛЕХАН, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ОЛІЙ ПЕРШОГО ХОЛОДНОГО ВІДЖИМУ У ТЕХНОЛОГІЇ ХОЛОДНИХ ЗАКУСОК ІЗ ГІДРОБІОНТАМИ

На сьогодні, економічна та екологічна ситуація в країні постійно погіршується, як наслідок - здоров'я людини значно похитнулось. Ні для фахівців, ні для звичайних споживачів не становить сумніву той факт, що здоров'я людини безпосередньо пов'язане з їжею, яку вона споживає [1]. Кількість, якість, асортимент харчових продуктів та регулярність прийому їжі мають вирішальний вплив на людське життя у всіх його аспектах.

Їжа людини повинна бути багата поживними речовинами, тому у раціон включаються різноманітні продукти, зокрема – гідробіонти. Гідробіонти – це морські та прісноводні організми, які постійно живуть у водному середовищі [2]. Найпоширенішими представниками середовища є водорості, одноклітинні твариноподібні, кишковопорожнинні, в'їчасті черви, ракоподібні, молюски та голкошкірі.

Гідробіонти, завдяки своїм смаковим характеристикам, високій харчовій цінності, зумовленій наявністю легкозасвоюваних повноцінних білків з добре збалансованим складом амінокислот, займають важливе місце в харчуванні людини. Вони за своїми якостями не тільки поступаються, але і перевершують багато інших продуктів. Так у порівнянні з м'ясом наземних тварин, у гідробіонтах майже у 5 разів менше сполучної тканини, що забезпечує легке перетравлення та засвоєння [3]. Наприклад, зі 100 г білків гідробіонтів організм людини засвоює 40 г, зі 100 г білків свинини – 20 г, яловичини – 15 г.

Екстрактивні речовини гідробіонтів відіграють важливу роль в процесах травлення [3]. Діючи на нервові кінцівки травних органів вони викликають виділення травних соків, збуджуючи апетит і сприяючи кращому засвоєнню їжі. Вони швидше всмоктуються кишечником і активізують в цілому діяльність шлунково-кишкового тракту.

Страви із гідробіонтів сприяють попередженню серцево-судинним захворюванням за рахунок зниження рівня холестерину і його ефірів в крові, що призводить до зниження атеросклеротичних змін в судинах. Споживання їх із солями кальцію сприяє нормальному функціонуванню нервової системи і зменшенню стресового стану [3]. Солі кальцію підвищують опір організму до інфекційних захворювань та сприяють засвоєнню їжі.

Перспективною сировиною для збагачення холодних закусок із гідробіонтами є олії першого холодного віджиму, а саме: лляна, волоського горіха та гарбузового насіння. Впровадження інноваційної сировини призводить до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність підприємств.

Олія, яку видобувають за допомогою холодного віджиму є найбільш корисною для організму, адже при її виготовленні зберігаються всі корисні речовини та елементи [4]. При гарячому віджимі або за допомогою спеціального розчину властивості натуральної олії зникають, адже така олія піддається термічній обробці.

Жири є однією з основних груп органічних речовин, які входять разом з білками та вуглеводами до складу тканин рослин та тварин. Вони є найбільш концентрованими джерелами енергії, а також важливим фактором у попередженні атеросклерозу та серцево-судинних захворювань [5]. Рослинні олії також виконують функції: забезпечення організму незамінними кислотами, контролю вмісту ліпідів у крові, участі у побудові клітин та формуванні смакових властивостей.

1 мл лляної олії містить насичених жирних кислот – 0,09 г та поліненасичених жирних кислот – 0,7 г.

Лляна олія характеризується такими властивостями:

- підтримує здоров'я серцево-судинної системи, завдяки омега-3 жирним кислотам;
- уповільнює процес старіння, сприяє загальному розслабленню та покращує сон [6];
- підтримує здоров'я мозку. Альфа-ліноленова кислота необхідна для функціонування нейронів та пам'яті.

Олія волоського горіха є цінним джерелом жирних кислот, вітамінів та мінералів, які позитивно впливають на здоров'я. В 1 мл даної олії міститься 38 кДж енергії. Регулярне вживання цього продукту може допомогти зміцнити серце, покращити функцію мозку, зберегти здоров'я шкіри та підтримати здорову вагу [7]. 1 мл олії волоського горіха містить: насичених жирних кислот – 0,1 г, мононенасичених жирних кислот – 0,2 г та поліненасичених жирних кислот – 0,7 г.

Олія з насіння гарбуза — це сиродавлена олія, джерело корисних рослинних жирів для організму. 1 мл олії гарбузового насіння містить 34 кДж енергії.

Серед основних особливостей, виділяють такі як:

- допомагає при випадінні волосся;
- багата на магній, калій, кальцій, залізо та фосфор. Тому заспокоює нервову систему, допомагає при безсонні та тривожних станах;
- покращує роботу серця та знижує артеріальний тиск [8];
- регулює рівень цукру в крові, за рахунок вмісту лінолевої кислоти.

Додавання олій першого холодного віджиму до холодних закусок із гідробіонтів поповнює дефіцит будь-яких нутрієнтів і стає джерелом необхідних регуляторів для організму.

Перевагою впровадження інновацій для виробників є приваблення споживачів через їх бажання скуштувати продукцію, а для споживачів – можливість отримати естетичне задоволення від їжі [5]. Тобто, інновації надають переваги як виробникам, так і споживачам.

Список використаних джерел:

1. Рациональне харчування. Що це ? Та кому потрібно ? URL: <https://tsaruk.com.ua/blogs/ratsionalne-kharchuvannya-shcho-tse-ta-komu-potribno> (дата звернення 11.05.2024).
2. Гідроекологія: навчальний посібник. С.М. Лико, І.Л. Суходольська. Київ: Кондор, 2017. 77 с.
3. Товарознавство риби та рибних товарів: навчальний посібник. А.А. Дубініна, В.М. Онищенко, М.О. Янчева, Т.М. Попова, Р.Я. Томашевська. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 5 с.

4. Олія холодного віджиму: особливості та переваги. URL: <https://greenvisa.com.ua/oliya-kholodnogo-vidzhimu-osoblivosti-ta-perevagi/> (дата звернення 11.05.2024)

5. Загальна технологія харчової промисловості у прикладах і задачах: підручник. Л.Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, С.І. БУХКАЛО, П.О. КАПУСТЕНКО, О.П. АРСЕНЬЄВА, О.І. ОЛЬХОВСЬКА, Є.І. ОРЛОВА. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 172 с.

6. Користь та застосування лляної олії. URL: <https://www.amrita.ua/ua/articles/article/polza-i-primenenie-lnyanogo-masla/> (дата звернення 11.05.2024)

7. Чим корисна олія волоського горіха. URL: <https://oleynitsa.com.ua/ua/chem-polezno-maslo-gretskogo-orekha/> (дата звернення 11.05.2024)

8. Олія насіння гарбуза і її 5 основних переваг. URL: <https://ua.iherb.com/blog/pumpkin-seed-oil-benefits-hair-growth/1800> (дата звернення 11.05.2024).

Марина ПІНЧУК, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Борошняні кондитерські вироби складають великий асортимент, що є улюбленим джерелом харчування для багатьох, особливо дітей. Ці продукти становлять значну частину виробництва ресторанного господарства та спеціалізованих кондитерських цехів і в основному представлені борошняними та булочними виробами.

Останні роки приносять постійні зміни у структурі асортименту булочних і кондитерських виробів. Ця динаміка впливає на зміни в сировинній базі, на смак споживачів і на попит на різні види виробів. Також, ця тенденція пов'язана з впровадженням нового обладнання та вдосконаленням технологій.

Останнім часом велика увага приділяється виробництву борошняних виробів спеціального, дієтичного та функціонального призначення. Ці вироби призначені для здійснення спеціалізованої функціональної дії на організм людини, що сприяє покращенню її здоров'я.

Під час замішування тіста, в першу чергу, відбувається зв'язування води біополімерами борошна, такими як білки, крохмаль, пентозани і т. д., а також іншими інгредієнтами рецептури, такими як цукор, сіль, жир, яйця та інші. Ці компоненти різноманітно зв'язують воду [1].

Для отримання тіста для мафінів застосовують короткочасне замішування, щоб сповільнити процеси набрякання основних біополімерів борошна.

Під час початкового змішування компонентів тіста з водою відбуваються такі процеси, як змочування частинок борошна, їх гідратація, агломерація, що призводить до утворення нееластичної маси. Під час подальшої механічної обробки білкові молекули дещо розпушуються, їх міцелярний каркас слабшає, структура клейковини змінюється, стає більш еластичною. Також інтенсивніші осмотичні процеси, зростає кількість зв'язаної води, білки і крохмаль більш повноцінно набрякають. У результаті тісто стає еластичнішим, більш сухим на дотик [1].

Основними складовими частинами пшеничного борошна, які впливають на формування структури тіста, є білкові речовини, крохмаль, целюлоза, геміцелюлози і пентозани. Кожна з них має свою структуру, хімічні та фізичні властивості, що впливає на утворення структури тіста унікальним чином [2].

Визначивши технологічну характеристику сировини, яка входить до складу рецептури мафінів, їх зміни під час приготування тіста, проаналізуємо відмінність технології приготування традиційних мафінів від мафінів, які готують з використанням хлібопекарських сумішей.

Рецептура приготування мафінів з використанням хлібопекарських сумішей відрізняється від традиційної як кількістю сировини, яка входить до рецептури так і сировиною. Для приготування мафінів з хлібопекарськими сумішами використовують наступну сировину, яка рекомендована виробниками сумішей: хлібопекарська суміш, цукор, пшеничне борошно, вода, рослинне масло, яйця [2].

Проаналізовано технологію приготування мафінів з частковою заміною борошна на хлібопекарську суміш, а також органолептичні показники борошняних кондитерських виробів за традиційною рецептурою та з додаванням хлібопекарських сумішей, а також з частковою заміною борошна на суміш у співвідношенні 25%, 35% та 50% від маси борошна

Контрольний зразок, де готували Мафін за традиційною рецептурою за своїми органолептичними показниками поступається, виробам, які готували з використанням Мафінмікс 3E25. З додаванням до основної рецептури приготування мафінів хлібопекарської суміші Мафінмікс 3E25, покращуються органолептичні показники, виріб стає більш пухкішим та пористим, а також утворюється тоненька скоринка на відміну від традиційного виробу.

Мафіни, які приготували за традиційною рецептурою за показниками поживної цінності переважають, борошняні кондитерські вироби, які приготували з додаванням хлібопекарських сумішей, особливо в рецептурі, яку пропонують виробники Мафінмікс.

За результатами проведених досліджень робимо висновок, що із застосуванням в рецептурі приготування Мафінів хлібопекарських сумішей

Мафінмікс, дає змогу скоротити процес приготування виробів, а також отримати мафіни з високими органолептичними показниками на відміну від звичайної рецептури. Мафіни виходять більш пухкі та з тонкою скоринкою. Використання хлібопекарських сумішей дає змогу отримати вироби з різноманітними смаками.

Список використаних джерел:

1. Теоретичні основи харчових виробництв : підруч. / Н.М. Зубар. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 304 с.
2. Капрельянц Л.В., Іоргачова К.Г. Функціональні продукти. Одеса. «Друк». 2003. 334 с.
3. Самохвалова О. В. Технологія борошняних кондитерських виробів : навч. посібник / за заг. ред. О. В. Самохвалової. Х. : ФОП Бровін О.В., 2017. 572 с.

Юлія ПЛОЩАНСЬКА, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ З КУКУРУДЗЯНОГО ТА ВІВСЯНОГО БОРОШНА

Зернові є важливим джерелом енергії для людей. Вони містять вуглеводи, які постачають організму необхідну енергію і функціонування організму. Деякі зернові культури, такі як пшениця, ячмінь і овес, містять відносно велику кількість білка. Це важливе з різних поглядів, включаючи будівельну функцію для клітин і тканин, а також допомогу в утриманні м'язів та імунної системи [1].

Кукурудзяне борошно досить широко використовується в системі дієтичного харчування для допоміжної відновлювальної терапії, а також для того, щоб скинути зайву вагу. Справа в тому, що продукти, виготовлені з такого борошна вельми ситні, тому загальна маса їжі повинна бути зниженою [2].

Страви з кукурудзяного борошна можуть бути чудовим додатком до меню ресторану з багатою кулінарною спадщиною або якщо є бажання використати елементи національної кухні, зокрема української. У ресторанах України та світу пропонують різноманітні страви з кукурудзяного борошна, зокрема:

- арепас - це традиційна страва в кухні Венесуели та Колумбії. Це смажені або запікані пласкі кукурудзяні коржики, які подаються з різними начинками, такими як сир, м'ясо, авокадо тощо;

- кукурудзяні тортільї є популярними в мексиканській кухні. Вони можуть бути використані для створення таких страв, як тако, енчіладас або кукурудзяні чіпси;
- кукурудзяні галушки або паленту широко використовують у кухнях Італії та багатьох інших країн Середземномор'я. Вони чудово підходять до м'ясних або овочевих соусів;
- млинці з кукурудзяного борошна можна запікати з сиром або начинкою, подати з фруктами або вершковим маслом як десерт або сніданок;
- кукурудзяний хліб або варіанти з додаванням інгредієнтів, таких як сир, часничок або трави, щоб додати більше смаку;
- кукурудзяні кульки (arepas de choclo) - це традиційна страва кухні Перу, яка виготовляється з кукурудзяного борошна та начинки з сиру або м'яса, а потім смажиться до золотистого кольору;
- кукурудзяний пудинг - це солодкий або солоний пудинг, приготовлений з кукурудзяного борошна та інших інгредієнтів, таких як молоко, цукор, яйця тощо [3-5].

Ці страви можна адаптувати під різні смаки та уподобання, додавши унікальні начинки, соуси або приправи. Також важливо враховувати можливі алергії або дієтичні обмеження клієнтів при розробці меню.

Кукурудза є важливим джерелом харчових речовин і має підвищену харчову цінність. Щодо енергетичної цінності, то у 100 грамах сирової кукурудзи міститься приблизно 86 кілокалорій, зокрема у кукурудзі містяться прості та складні вуглеводи, які є основним джерелом енергії для організму людини, зокрема крохмаль, цукри та харчові волокна, які сприяють здоров'ю шлунково-кишкового тракту, підтримує нормальну роботу кишечника і допомагає контролювати рівень цукру в крові [6, 7].

Хоча кукурудза містить білки, їх кількість є невеликою порівняно з іншими джерелами білків. Проте, вона містить амінокислоти, необхідні для підтримки здоров'я. Також кукурудза містить вітаміни групи В, такі як Тіамін (В₁), Рибофлавін (В₂) і ніацин (В₃), які важливі для нормального функціонування організму. Вона також є джерелом мінералів, таких як Магній, Фосфор і Калій [6, 7].

Кукурудза містить антиоксиданти, такі як лутеїн і зеаксантин, які допомагають захищати клітини організму від пошкоджень вільними радикалами. Кукурудза є безглютеновою культурою, тому її можна використовувати у дієтах людей з целиакією або іншими захворюваннями, що пов'язані з непереносимістю глютену [6, 7].

Кукурудза є важливою складовою збалансованої дієти і може бути корисною для підтримки здоров'я та енергетичних потреб організму. Однак, як і з будь-яким продуктом, важливо вживати її в розумних кількостях і в поєднанні з іншими харчовими продуктами [7].

В даній роботі проаналізовано технології борошняних кулінарних виробів підвищеної біологічної цінності з додаванням до традиційних

рецептур кукурудзяне борошно, а саме вареники з картоплею та грибами з додаванням до прісного тіста вівсяного та кукурудзяного борошна.

Найкращі органолептичні оцінки отримав дослід номер 2, тому що при заміні 50 % пшеничного борошна на вівсяне та кукурудзяне, страва за всіма органолептичними показниками не поступається показникам якості контрольного зразка, але й по консистенції навіть перевищує, виріб стає більш еластичним. При заміні 70% борошна, виріб стає нееластичним, погіршуються всі показники відповідно до дослідного тому вважаємо заміну 50% пшеничного борошна на вівсяне та кукурудзяне найбільш раціональним.

Проаналізувавши порівняльну характеристику хімічного складу борошняних виробів, можна зробити висновок, що у досліджуваному виробі збільшилася кількість мінеральних речовин та вітамінів: калію – на 12 мг, кальцію – на 3.2 мг, магнію – на 15.1 мг, фосфору – на 8.3 мг, заліза – на 0.12 мг, каротину – на 1.41 мг, В₁ – 0.11 мг, В₂ – 0.08 мг.

Конкурентопридатна продукція – це продукція, яка користується попитом у великій кількості споживачів, має не менш високий рівень якості, ніж відомі аналоги, але відрізняється від останніх елементами інновацій, які забезпечені сертифікатами якості, патентами та ін.

Модель конкурентопридатності засвідчує, що нові вироби мають більшу конкурентопридатність порівняно з традиційними за рахунок більшого комплексного показника якості та вищого рівня задоволення потреб споживачів. Зважаючи на невелику різницю між комплексною оцінкою конкурентопридатності традиційних і нових виробів, можна сказати, що розроблена продукція є перспективною і має середню конкурентопридатність.

Список використаних джерел:

1. Товарознавство. Продовольчі товари : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів освіти 1 та 2 рівнів акредитації / О.Г. Бровко, О.В. Булгакова, Г.С. Гордієнко та ін. Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. 619 с.
2. Технологія борошняних кондитерських і хлібобулочних виробів: навч. посіб. / Г.М.Лисюк, О.В.Самохвалова. Суми: ВТД «Університетська книга», 2009. 464 с.
3. Ростовський В. Кухні народів світу: підруч. Кондор, 2016. 502 с.
4. Кухні світу / Л. О. Жадан, А. І. Кривко. Х., 2011.
5. Кулінарна етнологія: кухня семи культур і не тільки: навчально-методичний посібник для студентів (спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа) / С.Е. Баженова, К.О. Белінська, Т.Є. Веселовська. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2020. 432 с.
6. Основи фізіології та гігієни харчування : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
7. Капрельянц Л.В., Іоргачова К.Г. Функціональні продукти. Одеса. «Друк». 2003. 334 с.

Олег РИПКА, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Романовська О.Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З ДОДАВАННЯМ ЕКСТРАКТУ СТЕВІЇ

Борошняні кондитерські вироби зараз є дуже популярними. Попит на цю продукцію дуже зріс та продовжує просуватися. Кондитерські вироби є дуже різноманітні. Вони відрізняються своїми смаковими властивостями, рецептурою та зовнішнім виглядом.

При виготовленні борошняних кондитерських виробів застосовуються багато жирів, вуглеводів, малий вміст білків, кислот та вітамінів.

Виникає потреба в розробці якісно нових харчових продуктів фізіологічно-функціонального призначення [1].

Багато хвороб у людей виникають з вживанням неякісної їжі, або вродженою непереносимістю, або алергією, або набутою хворобою. Набутими хворобами, спричиненими харчовими продуктами, можуть бути викликані бактеріями, вірусами, паразитами або токсинами. Захворювання спричинені внаслідок забруднених продуктів це: сальмонельоз, а також харчова струта. Тому важливо дотримуватись правил безпеки харчових продуктів, зберігання продуктів харчування при правильних температурах та належних умовах. Є навіть Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» [2].

Поширеною хворобою серед людей є цукровий діабет. Смертність серед населення з цукровим діабетом вище, ніж серед населення без діабету [3]. Є різні типи діабету і різні чинники, які впливають на цю хворобу: навколишнє середовище, вірусні інфекції, генетична схильність та інші. Ці фактори можуть призвести у людини ожиріння, неправильний режим харчування, стрес та інші.

Людям у яких цукровий діабет важливо дотримуватись здорового харчування, уникати велику кількість цукру та вуглеводів з високим глікемічним індексом. Замінити рекомендується продукти з низьким вмістом цукру та повільні вуглеводи, які мають менший вплив на рівень цукру у крові.

Для покращення борошняних кондитерських виробів розробили нову технологічну страву замінивши звичайний цукор на екстракт стевії. Для удосконалення рецептурного складу та структурно- механічних показників було вибрано мафіни. Їхня популярність постійно зростає за рахунок привабливого зовнішнього вигляду та різноманітного смаку.

Була створена технологічна схема на мафіни у яких замінили звичайний цукор на екстракт стевії у порошку.

Готові кондитерські борошняні вироби повинні відповідати вимогам діючої нормативної документації, а саме ДСТУ 4505:2005 «Кекс столичний» [4].

Екстракт стевії — концентрована витяжка з рослини стевія (стевіозид), що солодша за цукор у 250-300 разів. Стевіозид не має глікемічного індексу, тобто не підвищує рівень глюкози в крові, що робить його ідеальним підсолоджувачем для людей із діабетом та тих, хто дотримується дієти [5].

На основі нетрадиційної сировини будуть відбуватись значні зміни в органолептичних показниках кінцевого продукту. Вона має незначний вплив на рівень цукру у крові і є найкращим варіантом для людей з цукровим діабетом.

Отже, стевія посприяла зниженню черствіння у мафінах і за рахунок цього збільшився термін зберігання мафін. Замінивши звичайний цукор на екстракт стевії покращився мікро- та макронутрієнтний склад,

Основні вітаміни, які присутні в стевії, включають вітамін С та вітаміни групи В, такі як тіамін, рибофлавін та ніацин. Також у стевії містяться мінерали, такі як кальцій, магній, калій та цинк.

Список використаних джерел:

1. Технологія харчових продуктів функціонального призначення : монографія / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, М. Ф. Кравченко [та ін.]. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 116 с.
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 1998 р., № 19.
3. Цукровий діабет, класифікація, етіологія, патогенез, клініка, діагностика. Міністерство охорони здоров'я України Харківський національний медичний університет : Харків 2016. с. 3.
4. Про затвердження національних стандартів України, зміни до національного стандарту, національних змін до міждержавних стандартів та скасування нормативних документів: Наказ від 28.12.2005 № 379 .
5. Екстракт стевії. URL: <https://saharokshop.com/ua/p1211551622-saharozamenitel-stevia-ekstrakt.html>

Ангеліна ВЕНГЕР, 1 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Струтинська Любов,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОЛОДКИХ СОУСІВ НА МАТЕРІАЛАХ КАФЕ « VERY-PERY »

За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, попит на цукор знижується через зростаюче занепокоєння щодо впливу на

здоров'я. Останніми роками харчова промисловість України впроваджує інноваційні технології приготування напівфабрикатів і готових страв. Споживачі починають знайомитися з натуральними продуктами, що призводить до зміни раціону всього населення. Згідно з аналізом ринку соусів, прибуток від їх продажів становить мільярди доларів США і це зумовлено тим, що населення любить надзвичайні страви та експерименти зі смаками, створюючи безліч різноманітних комбінацій у стравах. Соуси створюють баланс смаків, особливо якщо у них відчуються гострі або кислі нотки. Деякі соуси виготовляються на основі фруктових, ягідних, овочевих основах, що підвищує кількість вітамінів, мінеральних речовин та антиоксидантів у напівфабрикаті. Одним із інноваційних продуктів підвищення харчової цінності солодких соусів є рослинні сиропи, які можна використовувати як альтернативу цукру та меду.[1]

Згідно із дослідженням менше половини людей обирають ягідні соуси та соуси із використанням екзотичних плодів. Це може бути зумовлено тим, що виробники даних соусних продуктів, майже не використовують натуральних інгредієнтів, залишаючи в складі приблизно 5–20 % пюре тих чи інших фруктів від загальної кількості складових, а натомість додають більшу кількість води, ароматизаторів, барвників та консервантів, підсилювачів смаку та інших Е-добавок, які не надають ніякої користі продукції, лише приємний смак та аромат.

Згідно аналізу більшість закладів ресторанного господарства у Чернівцях, все ж надають перевагу соусам промислового виробництва, але є такі котрі роблять їх власноруч із використанням цукру та меду в своїх рецептурах. Звісно це покращує смак та текстуру соусів, але є досить велика кількість людей, які шукають більш здорові альтернативи. Рослинні цукрозамінники – стевія, сорбіт або кокосовий цукор. Рослинні сиропи на заміну меду – кленовий, агавовий, із топінамбура, фініків, керобу, кокосу, цикорію. Світова статистика стверджує, що близько 10 % населення мають ті чи інші ознаки алергії на мед або продукти бджолиного виробництва.

Тому згідно цій статистиці пропонується підвищити харчову цінність солодких соусів за рахунок додавання інноваційної сировини, а саме натурального рослинного сиропу агави, який є натуральним підсолоджувачем, що переважно виробляється із листя блакитної агави та агави американської, яка вирощується у Мексиці для виробництва алкогольного напою як текіла.

Аналізуючи хімічний склад даного сиропу із цукром піском білим кристалічним, можна дійти до висновку, що сироп агави буде корисніший за білий кристалічний цукор, в багатьох аспектах. У сиропі агави міститься менша кількість вуглеводів, що складає 76,4% порівняно із 99,6%, також наявність у складі клітковини, глюкози та фруктози, загальний цукор яких складає 68%, що у 1,5 рази менше порівняно із 99,8% загального цукру в цукровому піску. У сиропі агави згідно хімічному аналізу, містяться водорозчинні та жиророзчинні вітаміни та більша кількість мінеральних

елементів, які є важливими для людського організму, тим що вони підтримують імунну систему, роботу серця, нервової системи, м'язів, ШКТ, беруть участь у обміні речовин необхідних для нормального функціонування. Тому з метою покращення харчової цінності солодких соусів було обрано саме цей сироп на заміну цукру або продуктам бджолиного виробництва. [2, 6]

Сироп агави має солодкий, м'який і натуральний смак, менш в'язкий, ніж мед або кленовий сироп, низький глікемічний індекс, здатний витримувати температуру до 350 °C. [3,4] За органолептичними показниками характеризується різними варіаціями кольору в залежності від способу виробництва, але переважно це бурштиновий колір з карамельним смаком середньої яскравості, який можна використовувати в десертах, соусах і солоних стравах. Крім того, темно-коричневий сироп, виготовлений з темної агави, має більш карамельний смак який ідеально підходить до страв з птиці, м'яса та морепродуктів. Легкий нектар агави ідеально підходить для ніжних десертів, випічки, соусів і напоїв завдяки м'якому і майже нейтральному смаку. Сироп агави, не впливає на зміну органолептичних показників у соусах (консистенція, запах, зовнішній вигляд). [5]

Таким чином згідно проаналізованих аналітичних джерел, хімічного складу, рекомендується поступово розширювати асортимент солодких соусів з використанням натуральних рослинних сиропів до меню закладів ресторанного господарства, починаючи з доповнення солодких страв, закусок, та десертів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Pulidindi K., Ahuja K. Sauces & Condiments Market Size, Industry Share Report 2032. Global Market Insights Inc. URL: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/sauces-and-condiments-market>
2. FoodData Central. FoodData Central. URL: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/170277/nutrients> (date of access: 14.03.2024).
3. Jo Williams – Registered nutritionist. Is agave syrup healthy?. BBC Good Food | Recipes and cooking tips - BBC Good Food. URL: <https://www.bbcgoodfood.com/howto/guide/sugar-substitues-agave> (дата звернення: 14.03.2024).
4. Origin, benefits and uses of Agave Syrup on the food industry. HoneyGreen. URL: <https://www.honeygreen.com/agave-syrup/> (дата звернення: 14.03.2024).
5. The difference between raw, light and amber agave nectar. Organic, Gluten Free and Healthy Food and Snacks - Whole And Natural. URL: <https://www.wholeandnatural.com/the-difference-between-raw-light-and-amber-agave-nectar/> (дата звернення: 14.03.2024).

6. FoodData Central. FoodData Central. URL:
<https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/746784/nutrients>

Вікторія ОЛЕКСЮК, 1 курс
спеціальність «Харчові технології»
наук. кер. – Струтинська Любов
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СТЕВІЇ В РЕСТОРАННІЙ ПРОДУКЦІЇ

У реаліях сьогодення людство дедалі частіше стикається з хворобами, що виникають/загострюються через неправильне харчування, надмірне вживання тих чи інших продуктів, тощо.

Досить поширеною проблемою як у молоді, так і в більш дорослого покоління, є цукровий діабет[1]. Ця хвороба може бути спадковою, набутою або ж виникнути через проблеми з метаболізмом у хворого. Оскільки цукровий діабет пов'язаний з спроможністю підшлункової залози виробляти достатню кількість інсуліну, або ж з спроможністю організму ефективно використовувати його для розчеплення глюкози й подальшого виділення енергії, дуже важливо аби хвора на діабет людина дотримувалась норм вживання цукровмістних речовин.

За даними ВООЗ на даний час приблизна кількість людей, що страждають на цукровий діабет, сягає 422 мільйони осіб у всьому світі[2]. З кожним роком ця статистика може ставати дедалі більшою, що, безперечно, негативно вплине на подальше існування людства.

Отож, вважаємо за правильне зосередитись саме на розробці продукції, що не шкодить людям, які хворіють на цукровий діабет та інші захворювання, при яких є обмеження на вживання продукції з додаванням цукру. Таким чином вирішено запропонувати використання рослинних підсолоджувачів.

Задля цього було досліджено та опрацьовано інформацію щодо переліку рослинних підсолоджувачів, що використовуються в харчовій промисловості [3]. Наприклад такі, як: стевія, інулін, таумарин, гліциризин, сорбітол.

Всі перелічені вище речовини це цукрозамінники/підсолоджувачі рослинного походження. Таумарин це підсолоджувач, що видобувається з африканської солодкої маранти [4]; гліциризин видобувають з кореня солодки, або ж по іншому – лакриці [5]; сорбітол міститься структурі багатьох крохмалевмісних фруктів та ягід, проте здебільшого його видобувають з крохмалю кукурудзяного, картопляного та пшеничного [6]; інулін це органічна речовина що зустрічається переважно в родині складноцвітих [7]; стевія видобувається з однойменної рослини з сімейства

айстрових [8].

Для дослідження пропонуємо розглянути підсолоджувач стевію, оскільки вона також використовується як лікарська рослина та володіє певними корисними властивостями. Окрім цього стевія є безкалорійною тому, крім хворих на II тип цукрового діабету, також може бути використана для розроблення низькокалорійних страв з метою створення дієтичного меню.

Варто зазначити також, що вживання стевії, як і будь якої іншої речовини, має свою денну норму, а також протипоказання. До прикладу, стевію не рекомендують вживати вагітним жінкам, людям з серцево-судинними захворюваннями, дітям до одного року, а також людям з індивідуальною непереносимістю [9]. Для хворих діабетом рекомендують попередньо консультуватися з лікарем та отримати індивідуальні рекомендації щодо вживання цієї речовини. Денна норма в свою чергу складає 4 мг на 1 кг ваги тіла.

Задля перевірки доцільності впровадження стевії в заклади ресторанного господарства обрали кафе «Marzipan», яке знаходиться за адресою: вулиця Перемоги, 35, місто Чернівці, Чернівецька область.

В меню закладу представлено комплексні сніданки, основні страви, холодні та гарячі закуски, а також широкий асортимент солодких страв і кондитерських виробів високої якості. Меню є сезонним, тому страв та напоїв, притаманних більш спекотним періодам, наразі немає. Проаналізували органолептичні показники продукції та цінову політику закладу, згідно чого було виявлено, що ціна в закладі відповідає якості.

А в результаті проведених досліджень дійшли висновку, що продукція з використанням стевії є менш калорійною, порівняно з продукцією з використанням звичайного цукру. Крім того володіє великою кількістю корисних властивостей та у порівнянні з цукром є набагато солодшою, що дозволяє використовувати стевію в меншій кількості, не втрачаючи смакових показників страви.

Отже, для розширення асортименту солодких страв для функціонального харчування було розроблено рецептуру, технологію та схему на сезонну солодку страву «Морозиво бананове».

Таблиця 1

Рецептура солодкої страви «Морозиво бананове»

№ пор	Найменування сировини	Маса сировини, г				Технологічні вимоги до якості сировини
		На 1 порцію		На 10 порцій		
		брутто	нетто	брутто	нетто	
1	Банани свіжі	-	67,5	891	675	Сировина якісна, відповідає вимогам чинного законодавства та міжнародних стандартів, технічних
2	Молоко пастеризоване	33,8	33,8	338	338	
3	Вершки 30%	33,8	33,8	338	338	

4	Лимонний сік	13,2	13,2	132	132	вимог, ін. нормативних документі.
5	Стевія	1,5	1,5	15	15	
6	Сіль кухонна	0,3	0,3	3	3	
7	Малина свіжа	20	20	200	200	
Маса напівфабрикату		-	150,1	-	1501	
Маса готової страви		-	170,1	-	1701	

Технологія приготування солодкої страви «Морозиво бананове»

Для приготування солодкої страви використовується апарат «Расоjet».

Свіжі банани очищають від шкірки та ділять на три більш дрібних шматка, поміщаючи контейнер для зберігання сировини, закривають кришкою та ставлять в морозильну камеру до часткової заморозки сировини.

Заморожені банани пересипають в контейнер для подрібнення. Всередину додають трохи солі для підсилення смаку та стевію. Охолоджені вершки та молоко звільняють від тари, заливають всередину подрібнювальної чашу апарату, додають лимонний сік. Контейнер закривають кришкою, та, дотримуючись всіх правил безпеки користування кухонним апаратом «Расоjet», вмикають режим подрібнення.

Малину тим часом перебирають, миють проточною холодною водою та залишають на паперовому рушнику, щоб позбутись зайвої вологи.

Після завершення роботи апарату, контейнер обережно від'єднують та знімають кришку. Готове морозиво можна одразу набирати спеціальною ложкою для морозива – три кульки. Готове морозиво подають у креманці та декорують малиною.

Характеристика готової страви солодкої страви «Морозиво бананове»

Зовнішній вигляд – однорідна текстура, без грудочок. Подана в вигляді трьох кульок в креманці та прикрашена свіжою малиною.

Колір – креманий, без незрозумілих краплень, тощо.

Консистенція – рівномірна, характерна для даного виду продукції.

Запах та смак – приємний, відчувається смак бананів та лимону. Страва в міру солодка та освіжаюча. Переважає запах лимону, в поєднанні з слабким запахом малини.

Технологічна схема виробництва солодкої страви «Морозиво бананове» подана на рисунку 1.

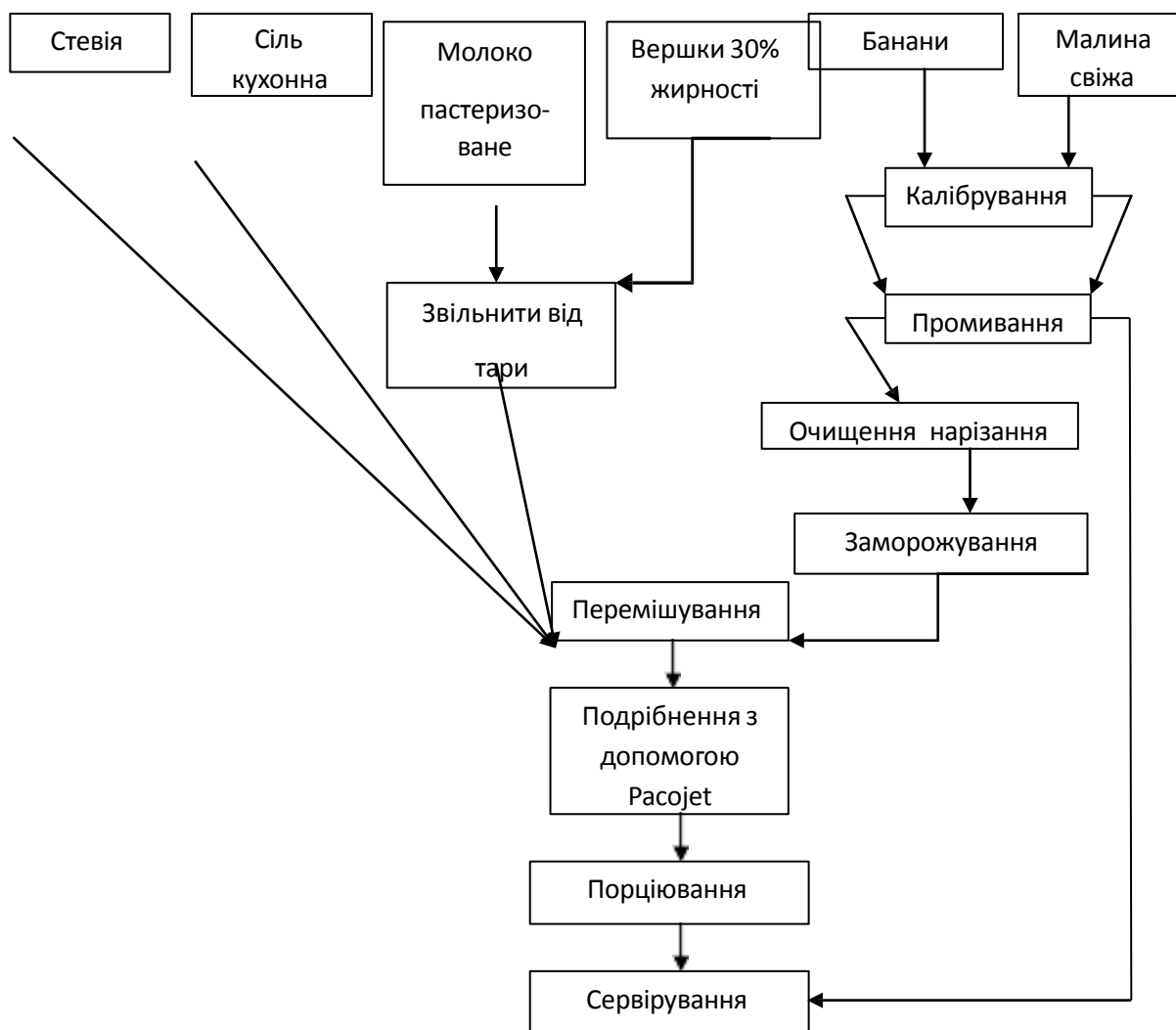


Рис. 1. Технологічна схема виробництва солодкої страви «Морозиво бананове»

Солодку страву «Морозиво бананове» рекомендується виробляти в умовах виробничих цехів закладів ресторанного господарства, а саме пропонується ввести у меню кафе «Marzipan».

Для охоплення широкого кола гостей сьогодні потрібно вводити у меню закладів ресторанного господарства страви, які призначені для функціонального харчування. Це дає можливість забезпечити споживачів смачною та водночас корисною продукцією, сприяє популяризації здорового харчування та розширення асортименту солодких страв вироблених за інноваційними технологіями.

Список використаних джерел

1. Причини цукрового діабету I і II типу | Блоги БДМУ. БДМУ | Головна сторінка. URL: <https://www.bsmu.edu.ua/blog/7110-pricdiabetuhini-tsukrovogo--i-i-ii-tipu/>
2. 4. Що варто знати про цукровий діабет. *Міністерство Охорони*

Здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/article/health/scho-var-to-znati-pro-cukrovij-diabet>

3. Шевченко К. Підсолоджувачі натуральні і синтетичні: які з них небезпечні і чим. *TCH.ua*. URL: <https://tsn.ua/lady/zdorovye/aktualnaya-tema/pidsolodzhuvachi-naturalni-i-sintetichni-yaki-z-nih-nebezpechni-i-chim-1870570.html>

4. Що таке підсолоджувач Thaumatin? - Блог. *Постачальник натуральних рослинних екстрактів, постачальник харчових добавок - NATURAL HEALTHCARE GROUP*. URL: <https://ua.qyherb.com/info/what-is-thaumatin-sweetener-77522691.html>

5. Корисні властивості кореня солодки - *Dobavki.ua*. URL: <https://dobavki.ua/ua/poleznye-svoystva-kornya-solodki/>

6. Сорбіт як заміна цукру: властивості, користь і протипоказання. *Laravel*. URL: <https://www.systopt.com.ua/article-sorbit-yak-zamina-cukru-vlastyvosti-koryst-i-protypokazannya>

7. Все про цукрозамінники. *Inveran*.

URL: <https://inveran.com.ua/news/statti/cukrozaminniki>

8. Стевія. Що це, корисні властивості та є чи шкода. *Belok-Блог про здоров'я і спорт*. URL: <https://belok.ua/blog/ua/cho-takoe-steviya/>

9. Стевія при цукровому діабеті: користь і особливості. *Ліктрави*. URL: <https://liktravy.ua/useful/articles/steviya-pry-tsukrovomu-diabeti-koryst-i-osoblyvosti>

Ігор УРСУЛ, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Романовська О. Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ З КУКУРУДЗЯНОГО ТА ВІВСЯНОГО БОРОШНА

Овочі займають важливу роль у харчуванні людини. Відповідно до товарознавчої класифікації овочі поділяють на групи: коренеплоди, бульбоплоди, капустяні, цибулеві, томатні, гарбузові, бобові. Кожна з груп включають велике різноманіття овочів, які характеризуються високим вмістом вітамінів, мінеральних елементів, органічних кислот. Особливо цінним вважається наявність у овочів клітковини, пектину, крохмалю, ферментів. Ці речовини покращують травлення та сприяють очищенню організму людини від негативного впливу факторів навколишнього середовища. Найбільший вміст клітковини містять квасоля, зелений горошок, морква, буряк, тому вживання перелічених овочів позитивно впливає на виведення шкідливих речовин з організму людини.

Заклади ресторанного господарства пропонують широкий асортимент страв з овочів у меню, зокрема овочева асорті, овочі гриль, «подушка» з овочів, гарніри тощо. Відповідно до принципів смакової комбінаторики овочі добре поєднуються з м'ясом, рибою, морепродуктами, тому збільшення асортименту овочевих страв у меню закладу підвищить його популярність. Окрім збільшення асортименту страв заклад повинен піклуватись про здоров'я споживача, тому використання овочів оздоровчого та профілактичного призначення є доцільним. До таких овочів належить батат, що є родичом звичайної картоплі. Батат – це трав'яниста рослина, з повзучими стеблами та коренями, які можуть важити до десяти кілограмів. Історична батьківщина батату Перу та Колумбія, а до країн Європи цей овоч потрапив завдяки Колумбу і вирощується у країнах з тропічними і теплим кліматом.

Аналізуючи вищезазначене можна зробити висновок, що розроблення та впровадження страв з батату у виробничу діяльність закладів ресторанного господарства не тільки розширить асортимент, але й надасть їжі профілактичного спрямування, що і визначило актуальність дослідження.

Збільшення виробництва продуктів харчування, які збагачені харчовими волокнами, є актуальною задачею для харчової промисловості. Середньодобова потреба організму людини у харчових волокнах становить біля 40 г. Ця потреба може бути забезпечена за рахунок споживання різноманітних продуктів, наприклад, плодів і овочів. Також можна збагатити страву харчовими волокнами за рахунок використання модифікованого крохмалю [1].

Модифікований крохмаль – це продукт, отриманий із натурального крохмалю шляхом його технологічної обробки. Модифікація молекул крохмалю виконується для надання йому певних властивостей, які дозволяють приготувати продукт із приємною однорідною консистенцією [2].

Бульби батату мають у своєму складі багато крохмалю і цукру, завдяки чому рослина називається в народі «солодкою картоплею». Крім того, рослина багата білком, вуглеводами, вітамінами В, С, РР, А, каротином, кальцієм, фосфором, аскорбінової кислотою, а так само він містить ніацин, залізо, тіамін, рибофлавін. Для медичних цілей широко використовується крохмаль рослини. Він застосовується для лікування захворювань шлунково-кишкового тракту як пом'якшувальний і обволікаючий засіб. Батат може вживатися також як вітамінний і загальнозміцнюючий засіб [3].

Метою нашої роботи є застосування HI-MAIZE крохмалю та батату в приготуванні гарячих закусок, а саме – «Деруни картопляні».

Модифікований крохмаль HI-MAIZE має високий вміст дієтичних волокон. Чудово підходить для збагачення волокнами будь-яких борошняних, діабетичних виробів та продуктів, що виробляються для «чуттєвих до вуглеводів споживачів», які намагаються зменшити споживання вуглеводів. На відміну від багатьох традиційних целюлозних волокон може

використовуватись без негативного впливу на колір, смак та текстуру. У багатьох продуктах HI-MAIZE крохмаль покращує якість продукту [4].

З метою визначення раціональної кількості використання батату та крохмалю HI – MAIZE, було розроблено композиції «Деруни картопляні» з різним процентним співвідношенням добавок до маси картоплі та борошна. В першому досліді додавали 3% крохмалю та 30% батату; в другому досліді – 5% крохмалю та 45% батату; в третьому досліді – 10% крохмалю та 50% батату, в четвертому досліді – 15% крохмалю та 60% батату. Деруни картопляні з різним вмістом композитивних сумішей оцінювали за 5-бальною системою, оцінювалися всі органолептичні показники.

Дослідивши вироби з різною кількістю добавки, було визначено, що найбільшу оцінку отримав третій дослід – 4,9 балів, в якому добавляли 10% крохмалю HI – MAIZE та 50% солодкої картоплі батат. Деруни при цьому мали хороший зовнішній вигляд, приємний запах, колір, консистенцію які майже відповідають контрольному зразку.

Завдяки використанню крохмалю HI-MAIZE та картоплі батат в рецептурах гарячих закусок, а саме – «Деруни картопляні» досягнуто збільшення кількості харчових волокон, мінеральних елементів, вітамінів. Завдяки цьому страву з використанням крохмалю HI – MAIZE та картоплі батат можна використовувати в лікувально-профілактичних цілях [5].

Список використаних джерел:

1. Капрельянц Л. В., Іоргачова К. Г. Функціональні продукти. Одеса. «Друк». 2003. 334 с.
2. Мельник О. Ю., Ковбаса В. М, Перепелиця О. П., Лазаренко М. В. Дослідження термічної стійкості модифікованих крохмалів різних видів // Харчова промисловість. 2005. № 4. С. 56.
3. Кужіль Н. О., Миколів Т. І. Використання пюре батату у виробництві хлібних виробів. Матеріали 81-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті», 23-24 квітня 2015 р. Ч 1. К.: НУХТ. 2015. С. 17.
4. Umu O. C. Frank J. A., Fangel J. U., Oostindjer M., da Silva C. S., Bolhuis E. J., Bosch G., Willats W. G., Pope P. B., Diep D. B. Resistant starch diet induces change in the swine microbiome and a predominance of beneficial bacterial populations. *Microbiome*. 2015. P. 3-16.
5. Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Федорова Д.В., Кандалей О.В., Пересічна С.М., Шевченко О.В., Собко А.Б. Технологія продуктів харчування функціонального призначення : монографія. Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. 717 с.

Леся ФІЛКОВИЧ, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО БОРОШНА У ВИРОБАХ З ПРІСНОГО ТІСТА

Харчування для людини є дуже важливим складником у їхньому житті. Є навіть приказка: Ми є те, що ми їмо. Те, чим ми харчуємось впливає на наше здоров'я, фізичний та емоційний стан. Їжа не лише насичує наш організм, а й впливає на наші емоції, продуктивність та настрої. Важливо обирати здорові та поживні продукти, щоб забезпечити організм необхідними живильними речовинами і зберегти своє здоров'я.

Неправильне харчування може призвести до недоїдання, надлишку ваги, ожиріння та різних захворювань, таких як: цукровий діабет, серцево-судинні захворювання, алергія на їжу, захворювання кишечника, целиакія та інші захворювання.

Існують захворювання пов'язані з непереносимістю тих чи інших продуктів харчування. Харчова непереносимість- це патологічні (хворобливі, зазвичай неалергічні) реакції окремих людей на ті чи інші харчові продукти, зумовлені індивідуальними особливостями організму, а не продуктами харчування, які для більшості людей є нормальною складовою повсякденної їжі [1]. Лікування харчової непереносимості не існує, але можна смачно і корисно готувати замінюючи певні складові на інші та насолоджуватись життям, незважаючи на цю особливість.

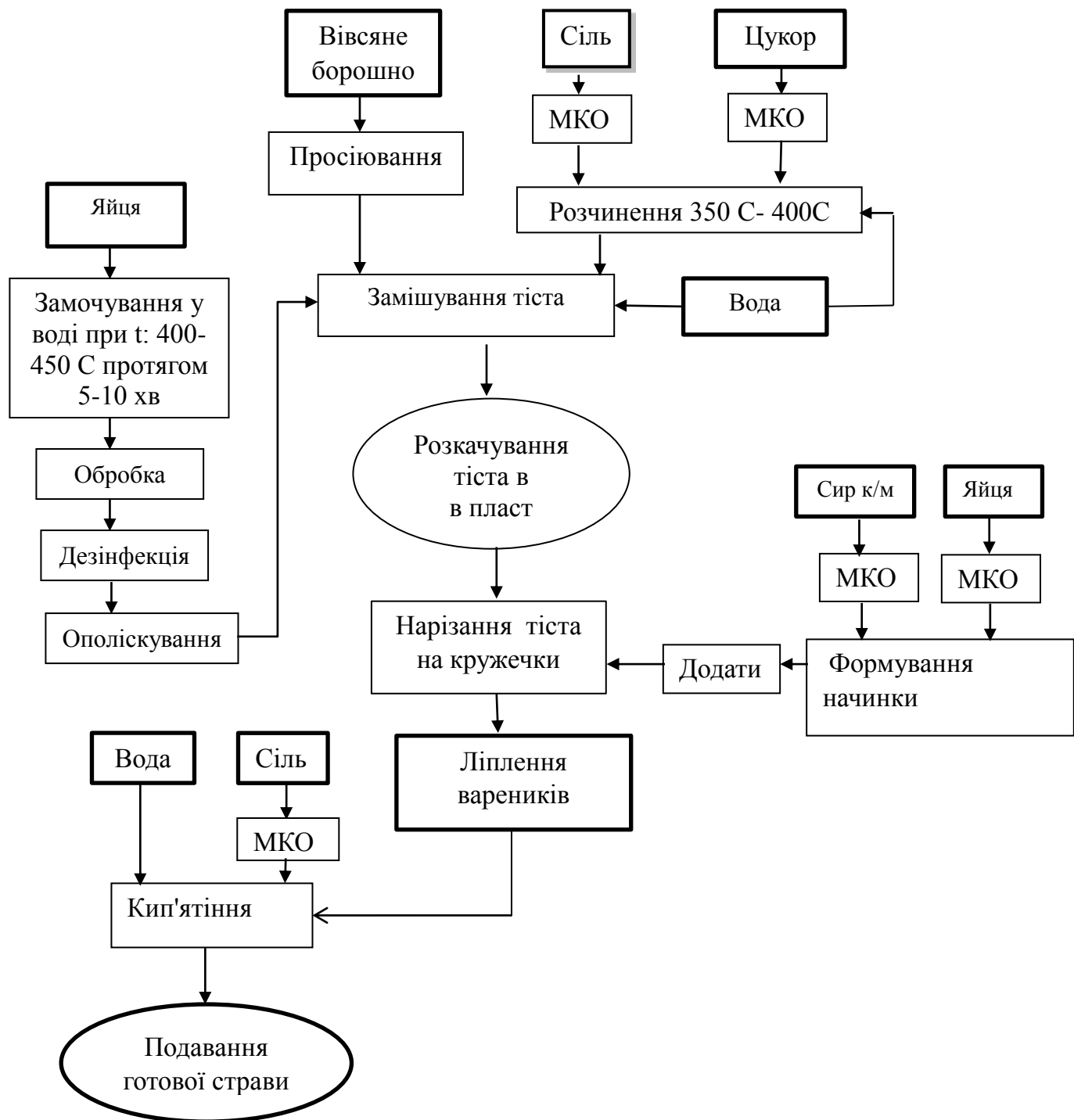
Непереносимість глютену є зараз поширеною хворобою серед людей. Таке захворювання називається целиакія. **Целиакія** – це генетично обумовлене захворювання тонкого кишечника, що характеризується нестачею ферментів, здатних розщеплювати білок злакових культур (глютен), і розвитком специфічних змін слизової тонкої кишки. При вживанні деяких продуктів харчування, гліадин (один з основних компонентів глютену) призводить до пошкодження ворсинок клітин тонкої кишки, наслідком чого є розвиток типової клінічної картини захворювання [2].

Зважаючи на ці всі чинники, можна зробити висновок, що людям з непереносимістю глютену не можна вживати борошно з пшениці, ячменю, ржі, оскільки ці зерна містять білок глютен.

Для дослідження було взято, як приклад вареники з сиром. У цій страві пшеничне борошно було замінено на вівсяне. Це дало можливість людям з даною патологією скуштувати їхню улюблену страву без шкоди їхньому здоров'ю.

Була створена технологічна схема на безглютенові вареники з сиром.

**ТЕХНОЛОГІЧНА СХЕМА НА СТРАВУ
«БЕЗГЛУТЕНОВІ ВАРЕНИКИ З СИРОМ»**



Отже, у варениках на безглютеновому борошні покращився макро- та мікронутрієнтний склад. Вівсяне борошно багате на такі вітаміни: вітамін В1, В2, В3, В5, В6, В9, Е, К, РР. У життєдіяльності людини мінеральні речовини відіграють дуже важливу роль [3]. Достатність білка та амінокислот у

вівсяному борошні робить його цінним компонентом. Сприяє нормалізації психоемоційного стану. Вівсяне борошно корисніше пшеничного через низький вміст клейковини та крохмалю, але більшого відсотка грубих волокон.

Список використаних джерел:

1. Алавердян, Л. М. Борошно зі спельти: визначення та обґрунтування тенденцій розвитку ринку, оцінка якості / Товарознавчий вісник 1, no. 12 (грудень 21, 2019): 6–17.
2. Жигунов, Д., Волошенко, О., & Хоренжий, Н. Порівняльне дослідження показників якості цільнозернового пшеничного та спельтового борошна вітчизняного виробництва / Grain Products and Mixed Fodder's. 18(3), 2018, 15-20.
3. Дзюндзя, О. В., Є. О. Руденко, and А. П. Куришко. Порівняльна оцінка сировини для виробництва безглютенового прісного тіста / Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки, no. 6, February 14, 2022, с. 100-106.

Валентина АДАМ, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СИСТЕМИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В ГОТЕЛЯХ

Кліматична криза, пандемія, війна в Україні та інші фактори впливають на зміни в усіх сферах життя, включаючи туризм і готельне господарство. У минулому багато готелів не приділяли уваги екологічній практиці, зосереджуючи свою увагу тільки на якості розміщення та харчуванні. Проте зараз багато готелів впроваджують ресурсозберігаючі технології та екологічні програми для економії води та енергії, зменшують кількість відходів та викидів CO₂ з метою покращення екологічних показників. Зменшення споживання енергетичних ресурсів є привабливим не лише з екологічної точки зору, а й через війну в Україні та необхідність оподаткування викопного палива та подорожчання електроенергії, газу і нафти.

Готелі впроваджують різноманітні системи ресурсозбереження для зменшення впливу на навколишнє середовище та з метою оптимізації витрат. Інтеграція Hotel Operation Platform hotelkit і Green Button від Xingular пропонує інтелектуальне рішення, за допомогою якого гості можуть відмовитися від прибирання номерів у цифровому додатку та передавати цю інформацію безпосередньо до служби хаускіпінг. Готель Jumeirah Beach перестав використовувати одноразовий пластиковий посуд в номерах і запусив виготовлення власної питної води в багаторазових фірмових пляшках Tritan™. В готелі Mandarin Oriental проводять аудит відходів з метою їх зменшення в подальшій роботі, можливості повторного використання або переробки. Впроваджено політику «екологічних закупок»: товари доставляються без упаковки або пакувальні матеріали повертаються постачальникам для повторного використання. Для персоналу готелю передбачені заохочувальні сертифікати та система мотиваційних заходів при дотриманні та вдосконаленні ресурсозберігаючих технологій. В готелі є цифрова бібліотека, яка дозволяє зменшити витрати паперу. У рамках програми Think Planet готельна мережа Radisson Hotel Group проводить заходи щодо зменшення викидів вуглецю, енергії, води та відходів, інвестуючи в енергозберігаючі технології та інструменти та розробляючи готелі з використанням еко-матеріалів. Одним із готелів України, який впроваджує ресурсозберігаючі технології є готель Cubby Hotel (м. Львів).

Ресурсозбереження є важливою складовою сталого розвитку та сприяє збереженню природних ресурсів для майбутніх поколінь. Оскільки технології швидко змінюються, змінюється і спосіб використання та економії енергії,

води та інших ресурсів в готелях. Стає доступним багато нових технологій та систем ресурсозбереження (рис. 1).

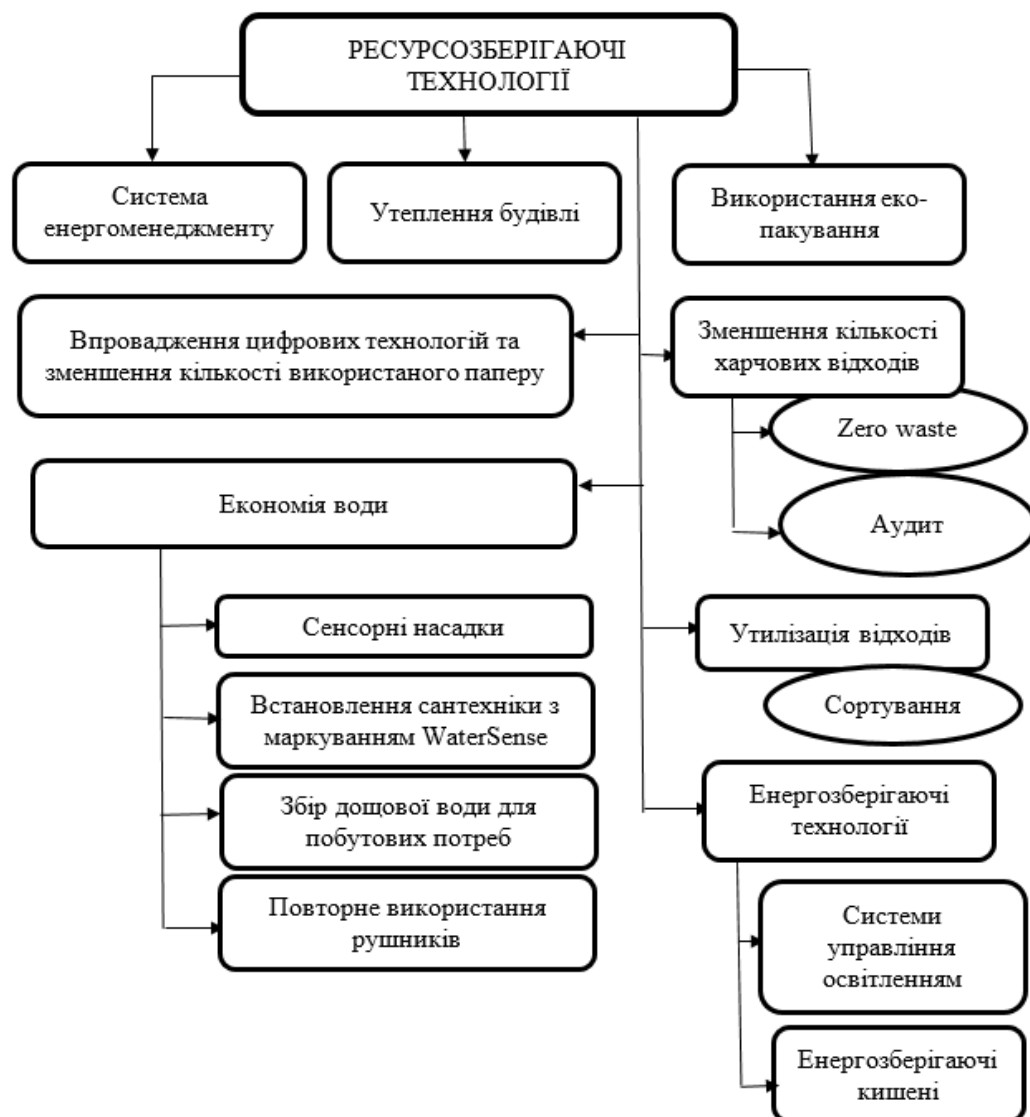


Рис. 1 Напрями вдосконалення систем ресурсозбереження в готелі

Важливим напрямом в економії природних ресурсів є підвищення обізнаності гостей і всього персоналу. Поєднання екологічності та освітніх заходів ідеально підходить для формування позитивних звичок, які гості застосовують при проживанні в готелі.

Список використаних джерел:

1. Centre for Research on Energy and Clean Air URL: <https://energyandcleanair.org/analysis-eus-co2-emissions-fall-5-in-three-months-after-post-covid-surge/>
2. Circular Ecology URL: <https://circularecology.com/news/the-carbon-emissions-of-staying-in-a-hotel>
3. Eric S. W. Chan, Fevzi Okumus & Wilco Chan The Applications of Environmental Technologies in Hotels / Journal of Hospitality Marketing &

Management, 26:1. 2017. С. 23-47 URL:
https://www.researchgate.net/publication/301578958_The_Applications_of_Environmental_Technologies_in_Hotels

Роман БАЛАНЮК, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІВЕНТ-СЕРВІС ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ

Розвиток готельного господарства в сучасних умовах потребує дослідження та впровадження додаткових послуг для залучення більшої кількості споживачів. Важливою складовою в конкурентоспроможності готелю є івент-сервіс. Індустрія івент-технологій – це сфера організації різноманітних заходів на професійному рівні, включаючи соціальні, культурні, економічні та політичні події.

Цей напрям зародився в США, поступово поширюючись на інші країни. В Україні івент-індустрія почала розвиватись після 2000 року і наразі набуває популярності, адже івент-заходи мають домінуючий характер у маркетинговій політиці підприємства і є перспективним рекламним інструментом.

Івент-індустрія має характерні ознаки (рис. 1). Важливо розуміти ці характеристики, щоб забезпечити якісне надання івент-послуг, мінімізувати ризики та забезпечити позитивний досвід учасникам заходу.



Рис. 1 Характерні елементи івент-індустрії

Івент-індустрія складається з різноманітних як великомасштабних, так і невеликих – особистих або корпоративних заходів, включаючи офіційні вечірки, концерти, фестивалі, виставки, конференції, семінари тощо. У 2023 році домінував сегмент корпоративних заходів і семінарів. За даними проведених досліджень основними споживачами послуг івент-сервісу є замовники віком 21-40 років. Поняття івент-сервісу не має об'єктивно вимірюваної якості, а має суб'єктивний характер, який залежить від тематики певного заходу або події.

Зробити замовників івент-сервісу постійними клієнтами – це конкурентна перевага сьогодення. Задоволений клієнт – це те, що отримує готель, коли послуга, що надається є кращою, ніж було обіцяно або чим клієнт очікував.

Івент-технологія означає організацію події за допомогою допоміжних ефектів. Успіх івент-технологій залежить від ретельного планування та бездоганної організації кожного заходу.

У зв'язку з цим організатор визначає цілі та завдання івент-технологій. Ціль івент-сервісу – це кінцева мета, яку необхідно досягти при наданні послуг. Цілі івент-сервісу можуть бути різноманітними і залежать від конкретної події, потреб клієнта та цільової аудиторії. Основні цілі це стимулювання продажів нової продукції, привернення уваги з метою залучення різної аудиторії, соціальна складова, культурно-розважальний напрям, залучення до співпраці потенційних партнерів, налагодження взаємодії із засобами масової інформації, мотивація персоналу, спонсорські угоди та отримання доходу. Цілі можуть бути орієнтовані на отримання прибутку або мати на меті створення позитивного враження, отримання емоцій, ідейний характер.

Подія забезпечує багатовимірне спілкування, надаючи досвід. Кожна подія унікальна по-своєму, оскільки кожна подія – це різні враження для аудиторії. Немає двох однакових подій. Навіть весілля, яке проводиться одним організатором в один день, в одному місті відрізняється кількістю відвідувачів, способом взаємодії людей, а отже є кардинально різними і повинні мати різний підхід до організації події.

Емоції задоволених споживачів важливіші за рекламні повідомлення, а управління враженнями – чи не єдина можливість створення додаткової вартості в умовах жорсткої конкуренції.

Актуальним є звернення до сталого розвитку та екологічної відповідальності шляхом впровадження практик, які зменшують негативний вплив івентів на довкілля. Необхідно використовувати аналітику даних та індивідуальні підходи для створення івентів, які відповідатимуть унікальним потребам та інтересам кожного замовника.

Список використаних джерел:

1. Events Industry: A Comprehensive Overview of the Dynamic Landscape
URL: <https://www.linkedin.com/pulse/events-industry-comprehensive-overview-dynamic-landscape-singh-8mqtc/>
2. The Latest Food Trends for Your Corporate Events in 2023 URL:
<https://hub.theeventplannerexpo.com/event-planning-tips/the-latest-food-trends-for-your-corporate-events-in-2023>

Вікторія ЧИРЮК, студентка 1 курсу
спеціальність «Готельно-ресторанна справа»
наук. керівник – Незвещук-Когут Т. С.
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ, м. Чернівці

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ
БУКОВИНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЙ ВОЄННОГО СТАНУ**

Чернівецька область відома як один із найгостинніших туристичних напрямків в Україні та за її межами завдяки унікальному розташуванню, природним і туристичним визначним пам'яткам, пам'яткам історії та архітектури, а також культурним традиціям, звичаям, автентичній кухні, обрядам тощо. Під час воєнного стану Буковина знову проявила свою гостинність, адже з початку війни Чернівецька область прийняла 108 801 внутрішньо переміщену особу.

За даними ОВА Чернівці, станом на 2 лютого 2023 року на Буковині зареєстровано приблизно 90 тисяч внутрішньо переміщених осіб, зокрема в Єдиній інформаційній базі зареєстровані: 28 645 дітей, 3 349 осіб з інвалідністю. З 2014 року зареєстровано 2 402 внутрішньо переміщені особи, 18 459 – транзитні внутрішньо переміщені особи (покинуті/вивезені). Наразі на Буковині проживає 70 027 внутрішньо переміщених осіб, з них 62 522 (89,2%) – у приватному секторі, 3 502 особи – в інших об'єктах (готелі, гуртожитки, житлові комплекси, притулки) (5%), а в комунальних закладах системи освіти, охорони здоров'я та соціального захисту перебувають 4 003 особи (5,8%) (з них 2 775 – в обласних, 1 228 – в органах місцевого самоврядування).

Найбільше переселенців було з міста Києва – 17 555 осіб (20%), з Харківської області – 14 502 осіб (16%), з Донецької області – 12 658 осіб (14%). З початку військового вторгнення Російської Федерації в Чернівецькій області загалом тимчасово перебувало 108 801 внутрішньо переміщена особа, з них 36 тисяч дітей.

Окрім проблеми забезпечення житлом та засобами існування для внутрішньо переміщених осіб, існує також проблема адаптації та інтеграції до нових умов життя, культури та традицій. З цією метою державними органами за підтримки міжнародних фондів та місцевих жителів регулярно

проводяться різноманітні проекти, конференції, тренінги, курси, майстер-класи та інші культурні та психологічні заходи, зокрема проект «НЕ сам на сам».

Наразі реалізуються проекти для внутрішньо переміщених осіб, зокрема популяризація української культури та гастрономії. Це стосується не лише українців, а й іноземних туристів, переселенців, які виїхали за кордон, та іноземців, які підтримують Україну. Такі проекти будуть особливо актуальні в післявоєнний період. Одним із напрямків поширення української культури є гастрономічний туризм як вид туризму, пов'язаний з подорожами різними країнами з метою ознайомлення з національною кухнею, місцевими продуктами та напоями.

Характеристиками гастротуризму, які відрізняють його від інших видів туризму, є:

- передумови для розвитку гастротуризму існують у всіх регіонах, де можливий туризм як вид діяльності;
- відсутність сезонності, лише характерні сезонні ознаки;
- можливість додати колориту туристичним продуктам у поєднанні з іншими видами туризму;
- здатність популяризувати та просувати місцеві ремесла, місцеві продукти, культурні та освітні послуги і послуги ресторанного бізнесу;

Фактори, які впливають на розвиток гастрономічного туризму, включають:

1) Соціально-економічні: чисельність населення та економічне становище країни, нормативно-правова база у сфері туризму та гостинності, доступність ресурсів, екологічний стан території, рівень розвитку сільського господарства та харчової промисловості, розвиток національної демографії, культури та народних традицій, статево-віковий та професійний склад населення, розвиток інфраструктури (транспортна доступність, тимчасове розміщення, заклади громадського харчування тощо).

2) Політичний фактор.

3) Релігійний фактор.

Аналізуючи перспективи розвитку гастрономічного туризму на Буковині, відмітимо такі передумови його розвитку:

- вдале географічне розташування;
- сприятливі кліматичні умови;
- особливості рельєфу (компактне розміщення рівнинної, передгірської та гірської частин, долини річок із каньйоноподібними ділянками);
- наявність багатьох компонентів рекреаційних ресурсів;
- багата історико-культурна спадщина;
- тривале співіснування різних культур і традицій на відносно невеликій території, що характеризує Буковину як мультикультурний регіон;
- унікальне поєднання різноманітних кухонь, що утворює специфічний буковинський колорит;

- наявність багатого асортименту локальних продуктів (м'ясо, риба, птиця, молочні продукти, продукти бджільництва, овочі та фрукти, включаючи крафтові напої);

- сприятливі можливості для розвитку водного, пішохідного, гірського, альпінізму, кінного, лижного, велосипедного та інших видів туризму;

- велика кількість пам'яток історії та культури (автентичні історичні пам'ятки української, австрійсько-німецької, румунської, польської, молдавської, єврейської, турецької та інших культур);

- багата етнокультурна спадщина краю, що проявляється в неповторних витворах народної архітектури, самобутніх культурних традиціях, звичаях та обрядах, своєрідному фольклорі, різноманітних народних промислах та ремеслах;

- відносна безпека у регіоні, у тому числі під час воєнного стану.

Хоча серед передумов розвитку гастрономічного туризму можна виділити багато чинників, найбільш актуальним в сучасних умовах є безпека. Фактор безпеки у гастрономічному туризмі є комплексним, охоплюючи безпеку не лише туристів, а й підприємств (закладів), їхнього персоналу, DESTИНАЦІЙ та їхніх мешканців.

Окрім подальших перспектив розвитку цього виду туризму варто також зазначити про унікальні особливості та умови гастрономічного туризму, без дотримання яких його реалізація та розвиток перебуватиме під загрозою, зокрема :

- санітарія та гігієна під час приготування страв і напоїв та їх споживання є важливим аспектом гарантування якості й безпечності послуг гастрономічного туризму;

- в умовах пандемії розвиток гастрономічного туризму не лише піддається впливу тих самих загроз, що й інші види туризму, але й залежить від умов організації кулінарних заходів та режиму роботи закладів ресторанного господарства, який може відрізнитися залежно від держави чи конкретного регіону;

- гастрономічний туризм передбачає більш тісну комунікацію між туристами під час заходів, що включені до програми туру, що в умовах необхідності соціального дистанціювання створює додаткові перешкоди для його розвитку;

- в умовах воєнного стану важливим є територіальне розташування DESTИНАЦІЙ, у тому числі віддаленість від проведення активних воєнних дій та близькість до кордонів Європейського Союзу.

Зважаючи на зазначене можна стверджувати, що гастрономічний туризм є одним із найперспективніших видів туризму саме на території Чернівецької області через ряд унікальних факторів та передумов. Тому визначаючи перспективи подальшого розвитку гастрономічного туризму на Буковині, варто зробити акцент на брендування регіональної кухні та позиціонування на міжнародному ринку гастротуризму як унікального виду рекреації. Це включає популяризацію буковинської кухні серед внутрішньо

переміщених осіб на різноманітних гастрономічних заходах (відвідування гастролабораторій, дегустаційних залів, крафтових виробництв, реалізацію різноманітних кулінарних та культурних проєктів). Це забезпечить більшу зацікавленість цільової аудиторії, у тому числі й потенційного іноземного та внутрішнього туриста, та збільшить ймовірність розвитку цього виду туризму у повоєнний час за умови гарантування повної безпеки туристам.

Список використаних джерел:

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І Басюк. // Наукові праці НУХТ. 2012. №45. С.128-132.
2. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні / О. Л. Михайлюк, О. А. Хумаров // Економічні інновації. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-81.
3. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні / Г. О. Фесенко // Електронне фахове видання «Ефективна економіка». – Вип. 5, 2021.
4. Комплексна програма розвитку туризму в Чернівецькій області на 2021-2023 рр. / Станом на 01.03.2023 / Чернівецька ОВА. – Чернівці, 2023. – 23 с.

Ігор ГАТРИЧ, 4 курс,
спеціальність 242 «Туризм»
наук. керівник – Гищук Р.М.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОЦІНКА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК БАЗОВОГО НАПРЯМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ РЕГІОНУ

Різноманітна та багата історія краю знайшла своє відображення в численних пам'ятках історії та архітектури, релігійних спорудах, пам'ятках культури та мистецтва, народних промислах та ремеслах. Територія Чернівецької області є середньоатрактивною з пізнавальним коефіцієнтом 0,54.

Оцінка загальної кількості історико-культурних пам'яток Чернівецької області показала, що вище за пересічне значення по області (106) забезпечені історико-культурними пам'ятками Чернівецький і Дністровський райони в їхніх регіональних одиницях Кіцманя, Хотина, Заставни і міста Чернівці (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість історико-культурних пам'яток Чернівецької області [1]

Адміністративні райони і їхні регіональні одиниці	Пам'ятки археології на державному обліку	Пам'ятки архітектури місцевого значення	Пам'ятки архітектури національного значення	Пам'ятки історії на державному обліку	Пам'ятки монументального мистецтва на державному обліку	Усього
<i>Чернівецький район:</i>	296	90	81	310	44	821
м. Чернівці	17	0	25	103	22	167
Герца	11	2	15	6	1	35
Глибока	36	8	6	21	4	75
Заставна	92	12	11	47	2	164
Кіцмань	73	33	17	67	8	198
Новоселиця	47	9	5	37	5	103
Сторожинець	20	26	2	29	2	79
<i>Дністровський район:</i>	131	35	17	140	8	331
Кельменці	26	6	0	42	4	78
Сокиряни	27	6	2	30	0	65
Хотин	78	23	15	68	4	188
<i>Вижницький</i>	19	25	15	57	5	121
Вижниця	19	25	3	33	4	84
Путила	0	0	12	24	1	37
Пересічно по області	37	14	9,4	42	5	106

Пересічний показник пам'яток археології, що перебувають на державному обліку Чернівецької області складає 37. Таким чином, вищими показниками, аніж середнє значення, характеризуються ті ж частини адміністративних районів Прут-Дністерського межиріччя: Заставнівщина, Кіцманщина, Новоселиччина і Хотинщина [1-4].

Пам'ятки архітектури місцевого і національного значення пересічно в області оцінюються в 14 одиниць. Останніми, які мають вищий статус, ліпше забезпечений Чернівецький район і м. Чернівці (25): Герца (15), Кіцмань (17), Заставна (11); Хотин (15) Дністровського району, Путила (12) Вижницького району. Пам'ятки архітектури місцевого значення більше всього за середнє значення розміщені в частинах усіх трьох адміністративних районів: Кіцмань (33), Сторожинець (26), Вижниця (25), Хотин (23).

За найбільшою кількістю пам'яток історії на державному обліку можна виділити м. Чернівці (103). Далі майже однакову кількість мають регіональні центри Хотина (68) та Кіцманя (67) в Дністровському й Чернівецьких районах відповідно. Всі вище зазначені райони забезпечені більшою за пересічну кількість пам'яток у області.

Провідні позиції за чисельністю пам'яток монументального мистецтва державного значення займає м. Чернівці (22). У вище за пересічне значення

також у цьому районі мають Кіцманський (8) і Новоселецький регіональні центри. У них наявно 8 і 5 пам'яток відповідного статусу відповідно. Відсутні будь-які пам'ятки монументального мистецтва у крайній східній частині Дністровського району [5].

Проте, як ми вже зауважували в параграфі 1.1, загальна фізична кількість пам'яток певного регіону не може виступати формуючим і переважаючим потенціалом. Для цього, виходячи із потенціалу пам'яток за статусом їхньої охоронної цінності, необхідно звести їх «до спільного знаменника» і розрахувати сумарний рейтинговий потенціал історико-культурних ресурсів Чернівецької області.

Пересічна сумарна оцінка рейтингового потенціалу історико-культурної спадщини області, враховуючи її коефіцієнти охоронного статусу, складає нині 90 об'єктів. Більші показники даного значення зосереджені в районах Прут-Дністер'я разом із м. Чернівці – 139,8: Заставнівський (143,9), Хотинський (153,3) і Кіцманський (168) регіональні центри. До зазначених районів також належить і Новоселицький регіональний центр, більша частина якого розміщена в долині річки Прут. Саме в цьому регіоні Прут-Дністерської височинної області, на наш погляд, необхідно зосередити більшу увагу на формуванні екскурсійних турів, які можуть бути пов'язані з ресурсним використанням культурної спадщини регіону.

Отже, підводячи підсумки, можна відвести головну роль в туристично-екскурсійному потенціалі області на пам'ятки археології державного обліку та пам'ятки історії державного обліку, які ще не в повній мірі задіяні в екскурсійних послугах і турах на їхній основі.

Список використаних джерел:

1. Krool, V., Vdovichen, A., & Hyshchuk, R. (2018). Historical and Cultural Heritage of the Region and Its Opportunities in Tourism and Excursion Activities (Case of Chernivtsi Region, Ukraine). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23(3), 808–823. <https://doi.org/10.30892/gtg.23316-330>
2. Krool, V., Vdovichen, A., Hyshchuk, R., & Dobynda, I. (2021). Sacral Heritage of the Carpathian Region and Management of its Resource Component in Tourism Activity. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 30(1), 65-77. <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112107>
3. Гищук Р., Крецький О. Історико-культурна спадщина Чернівецької області та її складова в управлінні туристично-екскурсійної діяльності. Маркетинг як основа формування стратегії соціально-економічного розвитку прикордонного регіону. Чернівці: Технодрук, 2020. С. 79-82
4. Гищук Р. М. Потенціал історико-культурних пам'яток Чернівецької області в контексті розвитку туристично-екскурсійної діяльності. Матеріали Міжнародної наукової конференції «Від географії до географічного українознавства: еволюція освітньо-наукових ідей та пошуків (до 140-річчя започаткування географії у Чернівецькому національному

університеті ім. Ю. Федьковича)» (11-13 жовтня, м. Чернівці, 2016). Чернівці: ЧНУ, 2016. С. 125-127

5. Реєстри пам'яток. Чернівецька область. URL: <https://mcip.gov.ua/kulturna-spadshchyna/derzhavnyy-reiestr-nerukhomykh-pam-iatok-ukrainy/>

Богдана ГУЛЯ, 1 курс,
спеціальність 181 «Ресторанні технології та фуд-дизайн»
наук. кер. – Паращук А.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

За останні кілька років Український бізнес переніс кілька потужних потрясінь - спочатку COVID-19, а потім повномасштабна вторгнення російської федерації на територію України.

Повномасштабна вторгнення, тривалість якого більше 770 діб, має не тільки величезні людські втрати, але і руйнівні впливи на економіку, особливо на складники, що залежать від потоку туристів. Однак не зважаючи на складну ситуацію підприємці готельно-ресторанного бізнесу роблять все можливе для майбутньої перемоги. На початку повномасштабного вторгнення ресторанна спільнота замінила собою державу, адже ЗСУ, ТрО, ДСНС, Нацполіція харчувалися саме за рахунок закладів харчування та волонтерів. А такі компанії, як «Молокія» та «Metro Cash&Carry», надавали допомогу продуктами на мільйони доларів [3].

Уже за перший місяць повномасштабної війни ресторанна спільнота запустила виробництво сублімованого харчування для військових – наприкінці березня на Київщині відкрилася перша фабрика.

Ресторанна спільнота активно працює й на дипломатичному фронті. Так, зусиллями спільноти російські ресторани було виключено з рейтингу «Michelin». Крім того, росію позбавлено участі в усіх міжнародних кулінарних змаганнях та рейтингах [3].

Загалом в Україні ситуація на ринку гостинності дуже залежить від регіону. Так, з початком повномасштабного вторгнення багато підприємств цього сектору призупинили роботу з міркувань безпеки, через відсутність попиту, з технічних причин або ж внаслідок пошкоджень чи руйнувань від обстрілів. Станом на сьогодні на півдні та сході нашої держави бізнес завмер, натомість у центрі та на заході продовжує розвиватися [6]. Коли весною багато готелів та ресторанів у центрі та на заході працювали як волонтерські хаби, де готувалися страви для біженців або безкоштовно поселялися мешканці регіонів, які найбільше постраждали від війни, то станом на сьогодні тут активно будують та відкривають нові заклади харчування та розміщення. Однією із причин такого швидкого відновлення готельно-

ресторанного сектору заходу України стало вимушене і раптове прибуття у цей регіон великої кількості внутрішньо-переміщених осіб [6]. Для людей, які були змушені незаплановано залишити свої домівки це стало величезним стресом. Відсутність звичних умов життя, ущільнене вимушене проживання великої кількості людей на невеликих площах, неможливість приготувати їжу на власних кухнях призвело до того, що дезорієнтовані люди приходили в заклади харчування на сніданок і там же залишалися на цілий день, працюючи за ноутбуком і там же обідаючи. Вечірній же похід до ресторану для багатьох ВПО став свого роду антистресовим заходом, можливістю створити імітацію звичного життя. Варто також відзначити нижчі ціни на послуги місцевих ресторанів та готелів в порівнянні з цінами на аналогічні послуги приміром київських закладів. Це також стало додатковою причиною того, що більшість закладів харчування західного регіону відчинилися і повноцінно запрацювали вже на початку березня [3].

Внаслідок війни тисячі українців вимушено залишили свої оселі і переїхали в інші регіони. В результаті цього станом на поточний місяць потреба в готелях, котеджах та звичайних житлових квартирах перевищує пропозицію мінімум на 15% на заході України. У серпні в Одесі попит на коротко- та середньострокову оренду номерів зріс на 30-40% [5].

Суттєво зменшилася загальна пропозиція готелів, частина з них зруйнована або переорієнтована на внутрішній туризм, інші послуги, тисячі фахівців у сфері гостинності вимушено залишили робочі місця, мігрували або були звільнені.

Основною складовою процвітання готельно-ресторанного бізнесу є соціальна складова: потрібно підтримувати один одного, допомагати перемогти та демонструвати єдність і просування свого Українського бренду в Європі та не тільки.

З початку повномасштабного вторгненням багато Українських рестораторів та шеф-кухарів відкривають заклади української кухні за кордоном: у Швейцарії, Англії, Іспанії та інших країнах. Але страви української кухні мають бути переосмислені та адаптовані до «європейської подачі» [3].

Адже популяризації національної кухні Україна може звернутися до досвіду Хорватії, яка активно поширює ресторани з національними стравами з морепродуктів по всій Європі. Важливо робити акцент у просуванні кухні не на окремій страві, а на якісному продукті.

Отже, незважаючи на вкрай складний та важкий період для готельно-ресторанного сфери, бізнеси об'єднані та підтримують не лише державу, а й один одного. Після перемоги маємо всі підстави очікувати, як злету українського HoReCa, так і популяризації української кухні загалом.

Список використаних джерел

1. Михайлик Денис «Економіка і суспільство» URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/128>
2. Пандяк Ігор «Вплив російсько-української війни 2022 року на розвиток готельного і бізнесу в Україні» URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/33272/1/%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%8F%D0%BA.pdf>
3. Готельний бізнес в Україні в умовах війни: чому в готелях зростає кількість гостей URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2150/the-hotel-business-in-ukraine-in-war-conditions-why-the-number-of-guests-is-growing-in-hotels>
4. Данеленко-Кульчицька В.А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України URL: https://tourlib.net/statti_ukr/danylenko-kulchycka2.htm
5. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу змусити гроші працювати в умовах війни. URL: <https://delo.ua/realty/zaoshhadzujemo-ta-primno-zujemo-yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracyuvati-v-umovax-viini-404867/>.
6. Маркіян Білас. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stan-ta-klyuchovi-tendentsiyi>

Сергій ДЕМЕНКО, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБІВ З ЛИСТКОВОГО ТІСТА

Аналіз стану здоров'я населення за останні роки, переконливо свідчить про вагомий вплив якості харчування на розвиток хронічних захворювань, таких як хвороби серцево-судинної системи, шлунково-кишкового тракту, злякисні новоутворення, цукровий діабет, алергічні захворювання, целиакія тощо. Надмірне споживання легкозасвоєваних вуглеводів, тваринних жирів і скорочення вживання поліненасичених жирних кислот, більшості вітамінів, мінеральних речовин та харчових волокон призвело до зміни структури харчування [1]. Тому актуальності набирає питання коригування харчового раціону населення. Пріоритетним шляхом вирішення цієї проблеми є розроблення продуктів з покращеною біологічною цінністю, розширення їх асортименту, за рахунок зміни їх рецептурного складу та додавання нутрієнтів оздоровчого призначення.

Борошняно-кондитерські мають велике значення у харчуванні людини, адже характеризуються привабливим зовнішнім виглядом, приємним смаком і ароматом, легкою засвоюваністю, достатньо високою калорійністю та низькою харчовою цінністю [2]. Продукція з листкового тіста відноситься до

однієї з найбільш популярних, асортимент яких складають круасани — традиційний для французької та австрійської кухні невеликий виріб з листкового тіста у формі півмісяця з начинкою або без.

Споживання глютену і споріднених протеїнів може викликати глютену ентеропатію в людей із певною генетичною схильністю. Це захворювання відомо як целіакія [3]. Основним методом лікування є суворе дотримання аглютенової дієти, до якої не входять продукти, виготовлені з борошна і зерен пшениці, жита, ячменю, вівса і проса. На все життя з раціону виключають хліб і хлібобулочні вироби, пшеничну, манну, перлову крупи.

Серед значної кількості білкововмісної сировини рослинного походження на особливу увагу заслуговує культура нового покоління – безалкалоїдний харчовий люпин. Високий вміст повноцінного білка та жиру, багатого на олеїнову кислоту і α -токоферол, значна кількість харчових волокон, мінеральних елементів і практично повна відсутність антипоживних речовин – виділяють люпин серед інших бобових культур і ставлять його на провідне місце у групі білкових збагачувачів хлібобулочних виробів [4].

Вівсяним борошном цілком можна замінити традиційне пшеничне. Борошно з вівса набагато корисніше, а вироби з нього мають оригінальний смак. У вівсяному борошні достатньо багатий хімічний склад, в ньому присутні антиоксиданти, харчові волокна, що зв'язують холестерин, і слизові речовини, які нормалізують травлення, вітаміни групи В, Е і РР, а також корисні для організму мінеральні речовини (кальцій, фосфор, магній, мідь, залізо, кремній), що впливають на нормальну роботу печінки, нирок, серця та зміцнення нервової системи [5].

Однак при заміні пшеничного борошна на безглютенове зменшується підйомна сила тіста, тобто біохімічні процеси та дозрівання проходить повільніше. У зв'язку з цим до рецептури листкового тіста плануємо додати закваски спонтанного бродіння з борошна круп'яних культур.

У технології круасанів з листкового тіста, досліджено можливість використання люпинового та вівсяного борошна. Задля визначення оптимальної кількості рослинних інгредієнтів, розроблено композиційні суміші (табл.1) [6].

Таблиця 1

Композиційні суміші для безглютенового круасану

Композиційна суміш	Люпинове борошно	Вівсяне борошно
КС № 1	50	50
КС № 2	40	60
КС № 3	30	70
КС № 4	20	80
КС № 5	10	90

На підставі органолептичної оцінки встановлено оптимальну кількість вівсяного і люпинового борошна у рецептурі безглютенових круасанів (табл. 2).

Таблиця 2

Органолептична оцінка безглютенового круасан на заквасці спонтанного бродіння з рисового борошна, бали

Зразок	Зовнішній вигляд	Колір	Запах	Смак	Консистенція	Загальна оцінка
	<i>Коефіцієнт вагомості</i>					
	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	1
Контроль	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Безглютеновий круасан на заквасці спонтанного бродіння з рисового борошна						
КС № 1	3,5	4,2	4,3	4,1	3,8	3,98
КС № 2	3,8	4,4	4,4	4,2	4,0	4,16
КС № 3	4,6	4,5	4,6	4,5	4,8	4,6
КС № 4	4,9	4,9	4,8	4,8	4,8	4,84
КС № 5	5,0	5,0	5,0	5,0	4,9	4,98

За результатами органолептичних показників встановлено, що найвищу оцінку отримав дослід № 5, при цьому вироби за всіма органолептичними показниками не поступаються показникам якості контролю, а за показником консистенції перевищують його, внаслідок підвищення еластичності тіста. При заміні борошна на 50% на 50%, круасани мають непривабливий зовнішній вигляд та сіруватий колір, також погіршується розтяжність та сила тіста. При зменшенні кількості люпинового борошна еластичність і газотримувальна здатність стають відповідними до контролю.

Порівняльний аналіз хімічного складу традиційної рецептури та безглютенового круасану на заквасці спонтанного бродіння з рисового борошна представлено у табл. 3 [7].

Таблиця 3

Хімічний склад безглютенового круасану на заквасці спонтанного бродіння з рисового борошна

Нутрієнти	Круасан (контроль)	Безглютеновий круасан на заквасці спонтанного бродіння з рисового борошна	Різниця, %
Білки, г	6,08	11,45	88,18
Харчові волокна, г	4,10	7,96	94,48
Глютен, г	2,7	-	-100
Вітамін В ₁ , мг	0,11	0,16	51,25
Вітамін В ₆ , мг	0,04	0,33	701,23
Вітамін РР, мг	2,13	2,80	31,48
Вітамін Е, мг	0,78	4,59	487,52
Кальцій, мг	23,98	57,33	139,10
Калій, мг	68,74	196,61	186,04
Магній, мг	8,31	41,49	399,16
Натрій, мг	3,47	11,65	235,59
Фосфор, мг	64,61	194,44	200,94

З табл. 3 бачимо, що в розробленому виробі відсутній глютен, що дозволяє споживати круасан людям хворим на целіакію. Також збільшився вміст білків на 88,18%, харчових волокон – на 94,48, вітаміну В₁ зростає на

51,25%, вітаміну В₆ – на 701,23%, вітаміну Е – на 487,52%, натрію – на 235,59%, кальцію – на 139,1%, фосфору – на 200,94% та магнію – на 399,16%.

Застосування аглютенної сировини для виготовлення безглютенних виробів з листового тіста дозволяє поліпшити структурно-механічні властивості готових виробів, підвищити харчову та біологічну цінність круасанів за рахунок комбінування різних видів рослинної сировини, а також розширити асортимент страв, які можна споживати людям хворим на целиацію.

Список використаних джерел:

1. Технологія хлібопекарського виробництва. Практикум / Т.Є. Лебеденко, Г. Ф. Пшенишнюк, Н.Ю. Соколова О. : Освіта України, 2014. 392 с.
2. Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення: монографія. Частина 1 / О. І. Черевко / 4-те вид., переробл. та допов. - Х.: Харківський. держ. унів. харчув. і торгівлі, 2017. 940 с
3. Петришин Н.З. Перспективні збагачувальні добавки із зародків пшениці для кондитерських виробів/ Н.З. Петришин, Р.О.Бліщ// Вісник Львівської комерційної академії . 2016. № 16. С.106-109
4. Ратошнюк В. І. Використання борошна люпину вузьколистого в хлібопекарській промисловості// матеріали І Всеукр. наук.-практ. конф. Полтава, ПДАА, 2017, С. 133-137.
5. Вівсяне борошно URL: <https://ideas-center.com.ua/>
6. Хлопоніна О.А. Досвід застосування альтернативних видів борошна у виробництві борошняних кондитерських та хлібобулочних виробів / Журнал «Харчова промисловість». №8. 2015 г. С. 58-59
7. Хімічний склад харчовий продуктів URL: <https://zakach.com/products/>

Юрій ДЕМЕНЧУК, 4 курс,
спеціальність «Туризм»
наук. кер. – Незвещук-Когут Т. С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ м. Чернівці

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИЙ ПОСЛУГ

У сучасному світі інформаційні технології відіграють вирішальну роль у просуванні послуг, не виключенням є туристичні послуги та послуги сфери гостинності – готельні, ресторани, івенти тощо. В умовах воєнного стану в Україні, коли можливості для міжнародного туризму обмежені, зростає необхідність розвитку внутрішнього туризму. Саме тому застосування інформаційних технологій стає критично важливим

інструментом для залучення внутрішніх туристів, оптимізації маркетингових стратегій та підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній. Саме завдяки інформаційним технологіям стає реальним відтворенням атмосфери безпеки, рекреації та відпочинку.

Серед основних інструментів в просуванні туристичних послуг варто виділити такі інформаційні технології:

- Веб-сайти та онлайн-платформи. Створення та підтримка сучасних веб-сайтів є основою для успішного просування туристичних послуг. Веб-сайти повинні бути інтерактивними, зручними для користувачів та оптимізованими для пошукових систем (SEO). Наприклад, компанія «Туристичний оператор Україна» значно збільшила кількість замовлень після впровадження нової версії свого сайту з можливістю онлайн-бронювання та інтеграцією з соціальними мережами.

- соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Twitter, стали важливими каналами для взаємодії з потенційними клієнтами. Вони дозволяють туристичним агенціям створювати цільові рекламні кампанії, аналізувати поведінку користувачів та отримувати зворотний зв'язок. Наприклад, під час пандемії COVID-19 компанія «Мандрівник» запустила серію віртуальних турів через соціальні мережі, що допомогло зберегти інтерес клієнтів до подорожей в Україні;

- мобільні додатки, які стають все більш популярними серед туристів завдяки їх зручності та функціональності. Вони дозволяють бронювати тури, отримувати інформацію про туристичні об'єкти та користуватися інтерактивними картами. Наприклад, додаток «Explore Ukraine» надає користувачам інформацію про культурні пам'ятки, ресторани та готелі, що сприяє розвитку внутрішнього туризму.

Паралельно із наведеними можливостями використання інформаційних технологій варто зазначити виклики воєнного стану та роль інформаційних технологій саме у таких умовах додаткових викликів, ризиків та загроз.

Сьогодні воєнний стан в Україні створює численні виклики для туристичного сектору, зокрема обмеження на переміщення та зниження безпеки в певних регіонах. Водночас, інформаційні технології можуть допомогти зменшити негативні наслідки та підтримати розвиток внутрішнього туризму. Зокрема варто зазначити такі напрямки організаційного управління підприємством, в яких інформаційні технології відіграють ключову роль:

Безпека та інформування туристів. Сучасні інформаційні технології дозволяють оперативно інформувати туристів про безпекову ситуацію в різних регіонах країни. Наприклад, мобільні додатки можуть надсилати повідомлення про небезпеку або рекомендації щодо безпечних маршрутів. Зокрема, «Безпечний тур» розробила систему оповіщення туристів через SMS та мобільні додатки, що допомогло знизити ризики під час подорожей.

Віртуальні тури та онлайн-екскурсії. У періоди обмежень на пересування віртуальні тури та онлайн-екскурсії стали ефективним засобом для підтримки інтересу до туризму. Вони дозволяють віртуально відвідати туристичні об'єкти та ознайомитися з культурною спадщиною країни. Наприклад, компанія "Віртуальний мандрівник" запустила серію 3D-турів українськими музеями та історичними місцями, що стало популярним серед користувачів.

Необхідність розвитку внутрішнього туризму. В умовах воєнного стану та обмежень на міжнародні подорожі розвиток внутрішнього туризму набуває особливого значення. Це сприяє економічному розвитку регіонів, збереженню робочих місць у туристичному секторі та зміцненню національної ідентичності.

Підтримка місцевих громад. Інформаційні технології можуть сприяти залученню туристів до маловідомих регіонів та підтримці місцевих громад. Наприклад, платформа «Discover Ukraine» пропонує інтерактивні карти та рекомендації щодо подорожей маловідомими туристичними маршрутами, що сприяє розвитку місцевого бізнесу та культурного обміну.

Створення нових туристичних продуктів. Інноваційні підходи до створення туристичних продуктів можуть включати розвиток екотуризму, агротуризму та активного відпочинку. Наприклад, компанія «Зелений тур» успішно розробила серію турів по національних парках та заповідниках України, використовуючи мобільні додатки для організації маршрутів та бронювання.

Отже, зважаючи на викладене вище та наведені реальні кейси можна стверджувати, що інформаційні технології відіграють ключову роль у просуванні послуг туристичних агенцій, особливо в умовах воєнного стану. Вони дозволяють оперативно інформувати туристів, забезпечувати їхню безпеку, створювати нові туристичні продукти та підтримувати розвиток внутрішнього туризму. Враховуючи поточні виклики, інноваційні підходи та технологічні рішення стають невід'ємною складовою успішної діяльності туристичних компаній в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Analysis and modeling of factor determinants for Ukraine hotels and tourist sphere. Nazariy Popadynets, Iryna Hryhoruk, Mariana Popyk, Olha Bilanyuk, Oleksandr Halachenko, Inna Irtysheva, Natalia Batkovets, Nataliia Lysiak, Yevheniya Boiko, Nataliya Hryshyna, Mariana Bil, Tetiana Nezveshchuk-Kohut. AISC-volume 1322 Intelligent Human Systems Integration 2021.

2. Готельно-ресторанний бізнес в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку / Шапошников К.С., Незвещук-Когут Т.С. / Причорноморські економічні студії: економічний науково-практичний журнал. Категорія Б. випуск 74. – 2022. – Том 74. с. 261-266.

3. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. Матеріали Всеукраїнської науково-

практичної конференції: Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції. Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. 557 с. С.517-520.

Катерина ІВАНЮК, 2 курс,
спеціальність 181 «Ресторанні технології та фуд-дизайн»
наук.кер — Максим'юк Н.В.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці

FOREIGN LANGUAGE AS AN INTEGRAL PART OF THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF HOSPITALITY INDUSTRY AND TOURISM

Today, Ukraine is on the path of integration into the European and global space. Every year, more and more new sectors of the national economy are conquering global markets. Over the past decade, the tourism and hospitality industry has been developing particularly rapidly. Undoubtedly, the hotel and restaurant business is one of the most promising in Ukraine. This area of activity requires a serious reflection on global experience and close attention to the prospects for its use in the Ukrainian market. In this regard, it becomes extremely important to determine the role and importance of this type of business in the modern economy, to determine the dynamics of its development in our country, to compare the trends in the formation of this business in the regions of Ukraine in order to make useful contributions to the specifics of the development of innovations in the hotel and restaurant services market. Currently, the hospitality industry is in great need of professionally trained, highly qualified tourism managers and other hotel and restaurant business specialists who have good knowledge not only of management, tourism and economics, but also of one or two foreign languages.

Language is an essential part of the human mind and, therefore, only the interaction of all mental structures and processes ensures its functioning. In the process of mastering a foreign language, specialists learn material that demonstrates the functioning of language in the natural environment, the linguistic and non-linguistic behavior of native speakers in various communication situations, and reveals the peculiarities of behavior related to folk customs, traditions, social structure of society, and ethnicity. Thus, the main goals of learning a foreign language are educational, developmental, and practical.[1, с.35-43] The educational goal involves the formation of a cultural, tolerant personality capable of communicating freely with foreign partners. The developmental goal is aimed at developing the attention, memory, logical thinking and business qualities of a future specialist. The practical goal is to teach skillfully use in practice the acquired theoretical and practical knowledge of a foreign language and

professional terminology during direct or telephone communication with representatives of foreign travel agencies and hotel complexes. In other words, learning a foreign language is not only about mastering certain lexical, grammatical and syntactic material, but also about combining language elements with cultural elements.

Specialists who speak foreign languages will become increasingly in demand every year. English is undoubtedly the most popular language - the official language of international business and trade, the Internet and technology, science and art. Each of us are increasingly faced with it in communication with partners at work and on vacation. Thus, English is no longer an amazing skill, but a necessity. English also plays an important role in the hospitality industry. This language opens up great prospects for hospitality professionals, developing professional communication skills not only for everyday tasks, but also for career advancement. After all, employees of hotels, motels and hostels constantly communicate with guests from all over the world. In such situations, English plays the role of a link, so they must understand this language, be sincere and responsive. Absolutely every hotel employee should know English at least at a basic level.[3] But those who regularly communicate with customers need to know English at an advanced level.

International tourism can contribute to increasing the motivation and effectiveness of foreign language learning. Recently, language learning tours have become popular and widespread among clients of all ages, and they have their own peculiarities in organization. Study tours are a type of tourism where conditions and opportunities for learning foreign languages are created during a tourist vacation. They involve an exclusively individual approach: schools and programs are selected for each person, taking into account their language level, education, and age. It should be noted that the effectiveness of language and educational tourism is achieved by immersing students in the language environment, atmosphere and culture of the country of the language being studied through close interaction with native speakers. Today, the most popular destinations for language learning tourism in the world are the UK, the US, Malta, Canada and Australia, due to the high demand for learning English. German, Spanish, French, and Italian are also in demand, which is why language learning tourism is developing quite successfully in Germany, Spain, France, and Italy.[2, с.86-94] In today's environment, when multilingualism and multiculturalism are becoming increasingly important, the promotion and development of language and educational tourism is becoming one of the top priorities in many countries, with much attention being paid to this area on the European continent.

Thus, knowledge of languages opens up all doors of opportunity, and these skills are especially important in the hospitality and tourism industry. For tourism industry professionals and other professionals in the hospitality industry the necessary conditions for successful professional activity are awareness of the peculiarities of the communication process, mastery of verbal and non-verbal communication techniques, communication strategies and communication

competence, which includes the ability to use a foreign language to achieve professionally relevant goals.

Список використаних джерел:

1. Modern Global Economic System: Evolutional Development vs. Revolutionary Leap / Elena G. Popkova, Bruno S. Sergi / p. 35-43
2. English for Tourism and Hospitality Purposes / Nahid; Abu Bakar, Zulqarnain B.; Saffari, Narges / p86-94
3. Hospitality language as a professional skill / Режим доступа: [https://doi.org/10.1016/S0889-4906\(01\)00031-X](https://doi.org/10.1016/S0889-4906(01)00031-X)

Анастасія КИРУЦАК, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПАТЕ З КУРЯЧОЇ ПЕЧІНКИ З ПІДВИЩЕНИМ ВМІСТОМ ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН

На сьогоднішній день питання здорового харчування є надзвичайно важливим як споживачам, так і виробникам готової продукції. Останні дані Держстату свідчать про помітні зміни в харчуванні пересічного українця. На жаль, спостерігається погіршення якості харчування через зниження рівня доходів і споживання доступних, але малопоживних і висококалорійних варіантів їжі, які сприяють загальній енергетичній цінності раціону.

Порушення структури харчування більшості населення України обумовлено:

- дефіцитом продуктів тваринного походження,
- дефіцитом рослинної сировини,
- надлишковим споживанням тваринних жирів.
- великою кількістю в раціоні хлібобулочних і борошняних виробів.

Для покращення раціонів харчування населення України та урізноманітнення асортименту продукції в закладах ресторанного господарства перспективним є впровадження багатокomпонентних харчових продуктів, що поєднують тваринні та рослинні інгредієнти.

З метою розширення асортименту холодних закусок, які б сподобались сучасному споживачу в якості дослідного зразку обрано пате з курячої печінки. На основі аналізу рецептурного складу та літературних джерел визначено, що до нутрієнтного складу пате входить велика кількість білку та жирів, мінеральні та вітамінні речовини містяться мінімально. Для покращення харчової цінності холодних закусок з курячої печінки, доцільно використовувати рослинну сировину багату на харчові волокна.

В якості рослинної сировини доцільно додати до рецептурного складу насіння льону, хімічний склад насіння льону свідчать також про те, що вміст білка в ньому варіюється в межах 20–30 %, при чому самі білки є лімітованими за лізином, але характеризуються високим коефіцієнтом перетравлюваності (89,6 %) і біологічною цінністю (77,4 %). Вміст харчових волокон досягає 28 % від маси цілого насіння за співвідношення розчинних і нерозчинних фракцій від 20:80 до 40:60. Основними фракціями серед харчових волокон насіння льону є 296 целюлоза, слизи і лігнін [1; 3].

Для визначення необхідної кількості рослинної сировини у рецептурі пате з курячої печінки було проведено експериментальні дослідження (з урахуванням органолептичної оцінки), шляхом внесення її різної кількості:

- дослід 1: 4 г рослинної сировини (зменшення курячої печінки на 2%);
- дослід 2: 8 г рослинної сировини (зменшення курячої печінки на 4%);
- дослід 3: 12 г рослинної сировини (зменшення курячої печінки на 8%).

Для визначення оптимальної кількості рослинної сировини проаналізуємо сенсорну оцінку розроблених страв за допомогою бальної шкали. Органолептична оцінка пате з курячою печінкою та насінням льону наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Органолептична оцінка пате з курячої печінки та насінням льону

Показник органолептичної оцінки	Коефіцієнт вагомості	Органолептична оцінка, бали			
		Контроль	Дослід 1	Дослід 2	Дослід 3
Зовнішній вигляд	0,20	5,0	4,8	4,8	4,6
Консистенція	0,15	5,0	4,8	4,9	4,6
Смак	0,25	5,0	4,7	4,8	4,5
Запах	0,25	5,0	4,9	4,9	4,7
Колір	0,15	5,0	4,7	4,9	4,6
Загальна оцінка	1,0	5,0	4,78	4,86	4,6

Встановлено, що при внесенні до страви пате з курячою печінкою 4 г насіння льону від загальної маси, органолептичні показники наближаються до контролю, значно покращує органолептичні показники виробу і, водночас, істотно поліпшується харчову цінність. При додаванні 8 г льону смак страви стає гіркуватим, набуває неприємного запаху та погіршується консистенція.

Хімічний склад контрольного та дослідного зразків фішболів представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

Поживна цінність пете з курячої печінки з використанням насіння льону (г/мг на 100 г)

Найменування показників	Харчова цінність	
	Контроль	Дослід
Білки, г	19,05	19,76
Жири, г	13,46	13,64
Вуглеводи, г	8,52	9,35
в т.ч. харчових волокон	0,35	2,27
Мінеральні речовини:		
Калій, мг	379,91	467,83
Кальцій, мг	24,14	35,16
Фосфор, мг	221,0	271,12
Магній, мг	38,11	61,23
Залізо, мг	0,65	1,15
Вітаміни:		
В1, мг	0,03	0,10
В2, мг	0,05	0,06
С, мг	1,01	2,51
Енергетична цінність, ккал	238,5	239,2

Згідно аналізу даних таблиці 2 в контрольному зразку збільшується вміст білку на 3,7%. Покращується мінеральний та вітамінний склад. Вміст заліза збільшується на 77,5%, кальцію на 45,72%, фосфору на 22,7%, калію на 23,1%.

На основі проведеного дослідження встановлено актуальність розширення асортименту холодних закусок з використанням рослинної сировини, що обумовлено наявністю таких інгредієнтів, як незамінні амінокислоти, поліненасичені жирні кислоти, пектинові, мінеральні речовини, харчові волокна.

Список використаних джерел:

1. Гуменюк О.Л., Городиська О.В., Ксенюк М.П. Бісквітний напівфабрикат підвищеної харчової цінності з добавкою лляного шроту. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/761/1/Pt_2017_2_30.pdf
2. Campbell J. et al. «Nutritional Characteristics of Organic, Freshly stoneground sourdough and conventional breads», available at: <http://eap.mcgill.ca/publications/EAP35.htm>
3. Alpaslan, M., Hayta, M. «The effects of flaxseed, soy and corn flours on the textural and sensory properties of a bakery product», Journal of Food Quality, No. 29, pp. 617- 627, available at: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1745-4557.2006.00099.x>.

Максим КОВАЛЬ, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ СТРАВ ЯПОНСЬКОЇ КУХНІ

Галузь ресторанного господарства одна з найбільш динамічних у сучасному спектрі підприємницької діяльності. Великий попит на послуги з організації харчування поєднується з високим рівнем конкуренції, що обумовлює найвищу ступінь ризикованості ресторанної справи. Відповідна ситуація вимагає від суб'єктів ресторанного бізнесу постійного пошуку інноваційних рішень в організації обслуговування своїх клієнтів, оскільки саме креативність закладу, перетворюється на ключову компетенцію та підтримує конкурентоспроможність [1]. Актуальними на сьогодні є світові тренди на локальну кухню, які з кожним роком охоплюють ринок ресторанних послуг.

Японська кухня сьогодні переживає справжній розквіт: її популярність серед українців з кожним днем росте все більше. Адже японські страви надзвичайно корисні, володіють незвичайними смаковими відчуття, а під час їх приготування обов'язковою умовою є свіжість інгредієнтів. Значною популярністю в японській кулінарії користуються десерти.

Візитною карткою та гордістю японської кухні серед солодких страв вважається – моті, адже він вважається здоровою альтернативою тістечкам та тортам [2]. Раніше моті можна було спробувати лише у ресторанах, які спеціалізуються на японській, паназіатській, азійській, східній кухнях, а також купити у магазинах, що продають азійські та японські продукти, однак сьогодні вони стали настільки популярними, що їх виготовляють у мережі домашніх напівфабрикатів «Галя Балувана» і продають в інтернет-магазині «Розетка», мережах супермаркетів «Сільпо» та «АТБ». За традиційною технологією японські моті готують на основі тіста з клейкого рису, який отримують за рахунок подрібнення у спеціальній ступі звареного на пару рису до однорідної тягучої маси [3]. Рисове тісто фарбують натуральними барвниками, а у якості начинки використовують солодку бобову пасту Анко, пасту з чорного кунжуту, арахісову пасту, пасту з горіхів та кокосової стружки, пасту з горіхів, а також желеобразні в'язкі фруктові маси. Після формування і наповнення моті начинками, їх покривають тонким шаром кукурудзяного або картопляного крохмалю, цукровою пудрою, щоб запобігти їх прилипанню.

Зважаючи на дороговартісну сировину, що входить до складу моті та з метою розширення асортименту розроблено рецептуру десерту з використанням локальної сировини. Для заміни барвників у технології

десертів, можна додати овочевий сік, який не тільки надасть необхідного кольору, але і містить у своєму складі необхідні людині мінеральні речовини, амінокислоти і вітаміни [4].

Хімічний склад морквяного соку складається з бета-каротину, вітамінів групи В, калію, кальцію, кобальту і інших мінеральних речовин. Його корисно вживати дітям і людям зі слабким імунітетом, проблемною шкірою та для покращення зору [5].

Окрім того, у цьому рецепті в якості начинки використовується м'який сир, який можна замінити на кисломолочний сир, при цьому показники органолептику будуть незмінними. Сир кисломолочний – продукт універсального призначення з високою засвоюваністю, містить повноцінний молочний білок, кальцій, фосфор і незначну кількість жиру [6]. Споживання його позитивно впливає на нервову систему, обмін речовин, функціонування шлунково-кишкового тракту та підвищує імунітет людини.

Для зменшення липкості рисового тіста можна додати каррагінан, який володіє структуроутворюючими властивостями, навіть при низьких концентраціях. Каррагінан – світло-кремовий порошок отриманий з чорноморської червоної водорості [7].

Задля урізноманітнення начинки можна застосовувати локальну сировину, у вигляді ягід калини. У табл. 1 наведено рецептурний складу розробленого десерту моті з додаванням морквяного соку та пюре калини

Таблиця 1

Рецептурний склад десерту моті з морквяним соком та пюре калини

Найменування сировини	Моті з морквяним соком та пюре калини
Рисове борошно	14
Цукрова пудра	22
Морквяний сік	24
Кукурудзяний крохмаль	9
Кисломолочний сир	22
Пюре калини	8
Каррагінан	1
Вихід, г	100

Органолептична оцінка моті з локальною українською сировиною представлена у табл. 2.

Таблиця 2

Органолептична оцінка моті з морквяним соком та пюре калини

Показники	Коефіцієнт вагомості, од.	Моті (контроль)	Моті з морквяним соком та пюре калини (дослід)
Зовнішній вигляд	0,20	5,0	5,0
Колір	0,15	5,0	5,0
Смак	0,25	5,0	5,0
Запах	0,15	5,0	4,9
Консистенція	0,25	5,0	5,0
Загальна оцінка	1,0	5,0	4,98

За результатами органолептичної оцінки моті з морквяним соком та пюре калини бачимо, що розроблений десерт має оцінки на рівні контролю.

У табл. 3 наведено характеристику хімічного складу традиційного моті та моті з морквяним соком та пюре калини.

Таблиця 3

Характеристика хімічного складу традиційного моті та моті з морквяним соком та пюре калини, на 100 г

Нутрієнти	Традиційне моті	Моті з додаванням морквяного соку та пюре калини	Різниця	
			од.	%
Білки, г	3,92	6,47	2,6	65,2
Харчові волокна, г	0,93	7,89	7,0	752,4
Енергетична цінність, ккал	108,42	114,54	6,1	5,6
<i>Вітаміни</i>				
Вітамін А, мкг	8,20	214,60	206,4	2517,1
Вітамін В ₂ (рибофлавін), мг	0,03	0,10	0,1	188,0
Вітамін В ₉ (фолієва), мкг	3,87	8,75	4,9	126,1
Вітамін С, мг	11,40	31,40	20,0	175,4
<i>Мінеральні речовини</i>				
Кальцій, мг	20,27	50,91	30,6	151,2
Калій, мг	31,43	120,15	88,7	282,3
Магній, мг	8,67	19,15	10,5	120,9
Натрій, мг	6,02	31,38	25,4	421,3
Фосфор, мг	44,88	77,36	32,5	72,4
Залізо, мг	0,39	1,07	0,7	175,7
Селен, мкг	3,63	12,61	9,0	247,3

Після дослідження хімічного складу моті з морквяним соком та пюре калини можемо сказати, що у виробі збільшився вміст харчових волокон – на 752,4%, вітаміну А - в 2 рази, вітаміну В₂ – на 188%, вітаміну В₉ – на 126,1%, вітаміну С – 175,4%, кальцію – на 151,2%, магнію – на 120,9%, калію – на 282,3%, натрію – 421,3%, заліза – на 175,7%, селену – на 247,3%.

За результатами проведених експериментальних досліджень можна зробити висновок про доцільність використання локальної сировини у технології японських десертів моті. Завдяки використанню кисломолочного сиру, овочевого соку та ягідного пюре спостерігається збільшення кількості білків, мінеральних речовин і вітамінів. А також за рахунок додавання місцевої сировини знижується собівартість десертів та розширюється їх асортимент.

Список використаних джерел:

1. Особливості японської кухні URL: <https://osobennosti-yaponskoj-kuhni>
2. Японські десерти моті URL: <https://sushipovar.ua/>
3. Технологія приготування моті URL: <https://lifehacker.ru/recipe/moti-yaponskij-desert/>

4. Захарчук В. Г., та ін. Технологія продукції ресторанного господарства / В. Г. Захарчук, Т. А. Кунділовська. Одеса: ОНЕУ, Атлант ВОІ СОІУ, 2016 р. 479 с

5. Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення: монографія. Частина 1 / О. І. Черевко / 4-те вид., переробл. та допов. - Х.: Харківський. держ. унів. харчув. і торгівлі, 2017. 940 с

6. Овочеві соки URL: <https://simya.com.ua/morkvyanyj-sik-koryst-i-shkoda/>

7. Товарознавча характеристика кисломолочного сиру URL: <https://cook.bobrodobro.ru/12674>

Марія ЛИТВИН, 3 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ БАРВНИКІВ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Натуральні (природні) барвники – це фарбовані речовини, виділені фізичними способами з рослинних або тваринних джерел. Для поліпшення їх технологічних властивостей їх іноді піддають хімічній модифікації. До ідентичних натуральних барвників відносять барвники, що містять пігменти ідентифіковані в харчових продуктах, але отримані методами хімічного або біохімічного синтезу [2].

Зазвичай забарвлюються кондитерські вироби, безалкогольні напої, лікери, сири, масло, маргарини, макарони, деякі м'ясні продукти і ін. Натуральні барвники виділяють фізичними способами з рослинних і тваринних джерел. Сировиною для натуральних харчових барвників можуть бути: ягоди, квіти, листя, коренеплоди, відходи переробки рослинної сировини та інші. Дане виробництво харчових барвників з природної сировини, є єдиним економічним комплексом, який включає: вирощування, збір, заготівку рослинної сировини, зберігання сировини, матеріалів, підготовку сировини і його переробку, розфасовку готового продукту, його зберігання і відправку споживачам [2].

Як основні барвники для кремів, використовуються частіше натуральні природні засоби: різні якісні вина, наливки, настоянки, сиропи, соки, варення, джеми, що додаються при приготуванні крему в кількостях, що практично не міняють смакову гамму, але ще дають йому бажаний колірний ефект. До натуральних барвників належать кармін, куркума, флавоноїди, каротиноїди, хлорофіл та цукрові барвники.

Кармін (E120) – речовина червоного кольору, яку отримують екстракцією з висушених і розтертих самиць комах – кошенілі. На основі карміну виробляють водорозчинні та жиророзчинні барвники, а також харчові лаки. Використовується у виробництві різних м'ясних і ковбасних виробів, що піддаються термічній обробці. В Україну постачають водорозчинні карміни з концентрацією фарбувальної речовини 2,5 - 50% і жиророзчинні –10 - 25% [1].

Куркума і курку мін (E100) – жовтий природний барвник, який отримують з кореневища пряної рослини куркуми (родина імбирних – *Curcuma longa*), що культивуються в Індії, Китаї та Зондських островах. Широко використовується у масложировій, кондитерській промисловості, виробництві плавлених сирків, соусів, напоїв та морозива [1].

Шафран є квітковими тичинками рослини *Crocus sativus* L. Різновидом цього барвника є кроцин (екстракт тичинок шафрану). Використовуються у кондитерській, хлібопекарській і лікєро-горілчаній промисловості, як барвники, що надають продуктам приємного жовтого кольору, а також як ароматизатори [1].

Тригонела або донник має синьо-зелений колір і виражений специфічний аромат. Використовується для підфарбовування зеленого сиру й плавлених сирів, а також може бути використаний як ароматизатор.

Цукровий колер, карамель (E150a, E150b, E150c, E150d) – продукт карамелізації цукру. Має брунатний колір. Водні розчини – рідини темно-брунатного кольору з приємним ароматом. Застосовують для забарвлення напоїв, кондитерських виробів у кулінарії [1].

Флавоноїди – речовини інтенсивно червоного або фіолетового кольору. Їх отримують з винограду, ожини, червоної моркви, бузини, червонокочанної капусти і т. ін.). Забарвлення харчових продуктів залежить від реакції (рН) середовища. У підкисленому середовищі, ці барвники надають продукту вишнево-червоного кольору, в нейтральному та лужному – синього відтінку. Представниками цих речовин є антоціанін (E163), антоціаніни, енобарвник. Використовують у кондитерській промисловості, кулінарії й для виготовлення напоїв [1].

Каротин та каротиноїди (E160a) – речовини, що мають червоно-жовті пігменти. Виділяються із моркви, календули, плодів шипшини (КМШ). Можуть бути отримані мікробіологічним й синтетичним шляхом. Одночасно є провітамінами вітаміну А. β - каротини – барвники жовтого кольору, мають антиоксидантну активність й одночасно є провітамінами вітаміну А. β -каротин водорозчинний надходить в торгівлю у вигляді водних розчинів β -каротину, як харчові добавки «Вітарон-К» (Україна). β -каротин жиророзчинний – є масляним розчином. Повністю розчинюється в оліях і жирах, а також добре диспергується у воді. Використовуються у виробництві: напоїв, кондитерських, хлібобулочних, макаронних виробів, молока й молочних продуктів, сирів, майонезу, мармеладу, джемів, желе, екструдатів, начинок для випічки, соусів на жировій основі, снєків, чіпсів,

кремів. Дозування залежить від бажаного забарвлення й коливається в діапазоні від 3 до 25 мг/кг [1].

Анато (E160b) – барвник жовтого чи помаранчевого кольору. Отримують екстракцією насіння рослини *Bixa orellana* (Південна Америка й Західна Африка). Водорозчинна форма анато (пігмент норбіксин) має здатність утворювати міцні комплекси з білками. Використовують для виробництва широкого спектра м'ясопродуктів, для підфарбовування вершкового масла, маргарину, сирів, кисломолочної продукції, а також для виробництва жиророзчинних емульсій, для забарвлення маргаринів та шоколадної глазурі [1].

Паприка (E160c) – ясно-помаранчевий барвник. На українському ринку можна зустріти водорозчинну паприку з концентрацією пігментів від 0,2 до 4,5% і жиророзчинну – від 1,5 до 11,25%. Використовується практично в усіх сферах харчової промисловості [1].

КМШ – природний барвник з плодів шипшини. Надає жовтого забарвлення. Використовується при виробництві вершкового масла та маргарину [1].

Хлорофіл (E140) – природний барвник зеленого кольору, який отримують з листя рослин, чутливий до зміни рН і нагрівання. Застосовують похідні хлорофілу. Використовується у виробництві вершкового масла, маргарину, рослинних олій, кулінарних жирів [1].

Останнім часом спостерігається помітна тенденція до виробництва харчових барвників зважливих продуктів біосистем, де дріжджі, бактерії та водорості є виробниками пігментів. Найбільший інтерес для промисловості, отримав продукт ферментації з цвіллю роду *Monascus*, полірованого рису – червоний ферментований рис («Біотон-ред»), що є порошком або 16 гранулами темно-червоного кольору. Він може використовуватися при виготовленні білково-жирової емульсії (30 - 100 г на 100 кг сировини). Але законодавчо препарат не включений в список харчових добавок і не встановлений ГДК цього барвника.

Таким чином, у харчовій промисловості барвники застосовуються для багатьох продуктів з метою надання їм привабливішого зовнішнього вигляду. Зазвичай забарвлюються кондитерські вироби, безалкогольні напої, лікери, сири, масло, маргарин, макарони, деякі м'ясні продукти тощо, що в свою чергу надає конкурентоспроможність закладам ресторанного господарства, які використовують цю продукцію, і, відповідно, гарантує збільшення доходу в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 3845-99 : Барвники натуральні харчові. Технічні умови. [Чинний від 2000-01-01].
2. Домарецький В. А. Технологія екстрактів, концентратів і напоїв із рослинної сировини : Підручник / В. А. Домарецький, В. Л. Прибильський, М. Г. Михайлов. – Вінниця : Нова книга, 2005. 408 с.

3. Маркуш К. Вчені добули харчовий синій барвник із червоної капусти. URL: <https://nauka.ua/news/vcheni-dobuli-harchovij-sinij-barvnik-iz-chervonoyi-kapusti> (дата звернення: 11.05.2024).

4. Матвієнко Т. Кропива – і до тіла, і до столу. URL: <https://www.slk.kh.ua/news/korisno/kropiva-u-gospodarstvi-ta-stravi-z-neyi.html> (дата звернення: 12.05.2024).

5. Як зробити харчовий барвник в домашніх умовах. URL: <https://www.zahidknyga.com.ua/instrukcii/kak-sdelat-pishhevoj-krasitel-v-domashnih.html> (дата звернення: 11.05.2024).

Людмила ЖИЛОВИЧ, 4 курс,
Спеціальність «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Незвещук-Когут Т. С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ

В сучасних умовах господарювання, який характеризується негативним впливом зовнішнього середовища через впровадження та наслідки воєнного стану, дедалі актуальнішою стає проблема інформаційного забезпечення, особливо для підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Це обумовлено зростанням складності управління, потребою введення контролю за всіма сферами діяльності, необхідністю використання сучасних інформаційних технологій для фінансового обліку та управління, а також для швидкої адаптації послуг до зміни потреб споживачів з метою їх реалізації.

Окрім того, безпека стала важливим аспектом інформаційного забезпечення, охоплюючи як інформаційний захист даних, так і фізичну (захист майна, персоналу, клієнтів) та економічну безпеку. Тому незалежно від розміру, категорії та місця розташування підприємства готельно-ресторанного бізнесу, процес інформатизації та інформаційного забезпечення є надзвичайно важливим.

Важливо відзначити, що інформаційно-комунікаційна система – це комплекс взаємопов'язаних компонентів, спрямованих на збір, обробку, зберігання та передачу необхідної інформації для управління суб'єктом готельно-ресторанного бізнесу. За допомогою таких систем менеджери закладів можуть аналізувати роботу своїх об'єктів, вирішувати виникаючі проблеми та створювати нові послуги, які користуються попитом серед гостей закладів готельно-ресторанного бізнесу.

Для формування комплексної інформаційної системи, яка б повністю задовольняла та обслуговувала всі технологічні процеси підприємства готельно-ресторанного бізнесу, варто забезпечувати такі її основні ознаки:

- доступність системи для кожного споживача з будь-якого місця у будь-який час;
- доступність будь-якого об'єкта інформації до необмеженої кількості споживачів одночасно;
- гнучкість та маневреність програм для здійснення переходу до інформаційної мереживної архітектури [4].

Також важливою умовою життєдіяльності такої системи є актуальність та достовірність джерел інформації, до яких можна віднести таке:

- господарсько-правові документи, такі як договори, угоди, рекламациі, а також рішення арбітражу та судових органів, якщо такі є;
- офіційні документи, включаючи укази Президента, закони держави, постанови уряду, акти перевірок та ревізій, накази вищих органів управління, а також розпорядження та накази керівництва підприємств готельної галузі;
- документи, які регулюють господарську діяльність в цілому;
- технічна та технологічна документація;
- рішення, прийняті радою трудового колективу або загальними зборами;
- інформація, отримана під час ділових зустрічей та зборів трудового колективу;
- матеріали, отримані з мас-медіа, мережі інтернет та інших джерел, що стосуються передового досвіду та інновацій у готельно-ресторанному бізнесі;
- інформація, отримана під час обстежень стану надання послуг безпосередньо на робочих місцях, включаючи використання різних методів оцінки, таких як хронометраж та фотометрія.

Така інформація повинна бути доступною будь-кому у будь-який час та місці, оскільки вона постійно змінюється у часі і просторі відповідно до подій, умов та інших обставин. Ця інформація дозволяє проводити систематичний аналіз діяльності закладу готельно-ресторанного бізнесу, знаходити оптимальні рішення для різноманітних проблем з метою отримання максимального прибутку, визначати витрати та їхню тенденцію змін з метою розрахунку рентабельності або ціни продажу, а також ефективно враховувати чинники впливу для досягнення фінансового успіху.

З появою штучного інтелекту (ШІ) в сфері інформаційних технологій для готельно-ресторанного бізнесу відкриваються широкі можливості для інноваційних процесів та поліпшення обслуговування споживачів. ШІ дозволяє ефективно аналізувати величезний обсяг даних, прогнозувати тенденції та виявляти оптимальні стратегії для досягнення бізнес-цілей, що

робить його надзвичайно корисним інструментом для розвитку готельно-ресторанного сектору.

Загалом, використання ШІ у ресторанному бізнесі здійснюється за наступними напрямками:

1. Власники ресторанів використовують звіти про попередні та поточні дані для прогнозування майбутніх продажів. Такі фактори, як свята, події, погода та місцезнаходження впливають на них. Також ШІ допоможе на основі якісних звітів визначити популярність страв в різні сезони. В свою чергу, це сприяє оптимізації замовленню сировини, управлінню кількістю персоналу та більш точному прогнозу трафіку клієнтів.

2. Ефективний контроль і оптимізація рівня запасів товарів. Ресторани, що впроваджують ШІ у свої POS-системи, можуть зменшити операційні витрати, завдяки повному аналізу даних. Це дозволяє відстежувати та замовляти товари на основі їх використання, уникнувши нестачі та списання. ШІ також контролює відповідність приготування страв рецептам і правильність обсягів доставки. Завдяки проникненню ШІ в управління запасами зменшується ризик крадіжок та недбалого ставлення до ресурсів.

3. Оптимізація маршрутів доставки. З метою забезпечення швидкої доставки їжі, власники ресторанів використовують розумні системи для миттєвої передачі замовлень. ШІ дозволяє контролювати рух водія та надавати йому вказівки щодо коротких маршрутів, які допомагають економити час та відстань доставки.

4. Планування роботи персоналу та досвід споживачів. Інтеграція ШІ з POS-системами дозволяє ресторанам поліпшити складання розкладу і зосередитись на запитах споживачів. ШІ відіграє ключову роль у вдосконаленні різних функцій програмного забезпечення, яке використовується закладами для оцінки досвіду клієнтів. Він може аналізувати зворотний зв'язок і створювати детальні звіти для покращення загального досвіду клієнтів. Це дозволяє ресторанам отримувати цінні знання про вподобання клієнтів та корегувати свою роботу задля поліпшення обслуговування та задоволення їх потреб [2].

Однак на фоні переваг існують й недоліки, які потребують врегулювання, зокрема це такі:

– ідентифікація осіб, відповідальних за помилки, які можуть виникнути під час використання ШІ. Наразі немає чіткої позиції щодо цього питання, хоча застосування ШІ може сприяти зменшенню кількості аварій на дорогах. Відповідальність може лежати як на проєктанті, так і на розробнику алгоритму, або на співробітнику, який не перевіряв результат. Тому це питання потребує подальшого вивчення та створення відповідної нормативної бази.

– порушення приватності та конфіденційності даних під час машинного аналізу даних, таких як стать, вік, стан здоров'я та розпізнавання обличчя без згоди особи,

- використання аналізу об'ємних даних щодо проживання (терміну та дати проживання, прізвища осіб, з якими проживали у номері тощо)
- результати застосування ШІ можуть бути недостовірними, якщо вихідні дані мають низьку якість і швидко втрачають свою актуальність, що може стати на заваді при їх використанні в деяких компаніях.
- при впровадженні ШІ, роботизації та автоматизації існує ймовірність негативного впливу на зайнятість, зокрема на скорочення робочих місць. Однак, існує думка, що ШІ ще довго не зможе обійтися без людини.
- розвиток машинного мислення може призвести до вимирання деяких професій, але також ініціює створення нових робочих місць.
- проникнення ШІ до виробничого процесу може підвищити вразливість автоматизованих машин і збільшити ризик великомасштабних порушень та збитків, зокрема для критичної інфраструктури.

Відповідно до зазначеного можемо стверджувати, що застосування інформаційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі є вкрай актуальним питанням, яке вимагає від вищого керівництва підприємств цієї галузі великої уваги, постійного аналізу та адекватних адаптаційних рішень.

Використання штучного інтелекту у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу може мати позитивний ефект у напрямку прискорення терміну виконання певних технологічних процесів. Однак, застосування штучного інтелекту вимагає обережності та належного регулювання з метою попередження певних загроз та небезпек, особливо щодо витоку інформації та порушення конфіденційності перебування гостей, їх приватного життя.

Список використаної літератури

- Туризм в Україні під час воєнного стану. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/slastina.htm
1. Косар Н.С., Мамчин М.М., Баран А.О. Дослідження зміни поведінки споживачів у сучасних умовах. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/14.pdf
 2. Буряк В. Г., Тюхтенко Н.А. Сучасні інтерактивні технології управління у просуванні послуг готельно-ресторанного бізнесу / В. Г. Буряк, Н. А. Тюхтенко // Market economy: modern management theory and practice. 2023. № 1(53).
 3. Незвещук-Когут Т. С., Камушков О. С., Жилко О. В. Технологія автоматизації системи управління у закладах ресторанного господарства. / Т. С. Незвещук-Когут, О. С. Камушков, О. В. Жилко. // Економіка та суспільство. 2022. № 43.

Артур МОСКАЛЕНКО, 4 курс,
спеціальність 242 «Туризм»
наук. керівник – Гищук Р.М.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПОТЕНЦІАЛ СТВОРЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ТЕРАПІЇ НА ТЕРИТОРІЇ ГІРСЬКОЇ ТА ПЕРЕДГІРСЬКОЇ ЧАСТИНИ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

З метою аналізу потенціалу реабілітації військовослужбовців та цивільного населення засобами відновлювального лікування та активного відпочинку було проаналізовано райони та частини Чернівецької області для виявлення факторів, необхідних для створення та впровадження реабілітації. Це гірські та передгірні райони Українських Карпат: Вижницький та південні райони Чернівецької області (раніше Сторожинецький та Глибоцький).

На основі цієї інформації було проведено загальний аналіз наявності туристично-рекреаційних ресурсів у передгір'ї Чернівецької області (табл. 1).

Таблиця 1

Туристично-рекреаційні ресурси адміністративних районів в складі гірської та передгірської частини Українських Карпат Чернівецької області

Природні туристично-рекреаційні ресурси	Історико-етнокультурні туристично-рекреаційні ресурси	Інфраструктурні туристично-рекреаційні ресурси	Інформаційно-туристичні рекреаційні ресурси
<i>Вижницький район</i>			
+	+	+	+
<i>Чернівецький район</i>			
<i>Сторожинецька частина</i>			
+	+	-	+
<i>Глибоцька частина</i>			
+	-	-	-

Таким чином, враховуючи всі дані таблиці 1, наявність туристично-рекреаційних ресурсів має відповідати певному відсотковому співвідношенню: чотири з плюсом означає, що регіон має 100% туристично-рекреаційних ресурсів, три з плюсом означає, що певні туристично-рекреаційні ресурси "не увійшли" до опублікованого переліку, два з плюсом означає, що регіон має 50% туристично-рекреаційних ресурсів і один з плюсом означає, що регіон має лише один туристично-рекреаційний ресурс.

Таким чином, у гірських районах Українських Карпат та у передгірському регіоні природні та історико-культурні туристично-рекреаційні ресурси домінують за ступенем доступності і становлять більше половини.

Інфраструктурні туристично-рекреаційні ресурси виключені з цього переліку, оскільки вони наявні лише в північній частині Вижницького району.

Аналіз туристично-рекреаційних ресурсів показує, чому інші райони відстають від Вижницького. Чернівецький район сторожинецької частини, на жаль, не має інфраструктурних туристично-рекреаційних ресурсів. У Глибоцькому краї не вистачає двох вищезгаданих елементів, включаючи історичні та етнокультурні туристично-рекреаційні ресурси.

Розподіл методів рекреаційної терапії за групами показує, що унікальні можливості для впровадження рекреаційної терапії мають гірські та передгірні райони Вижницького адміністративного району, дещо слабший потенціал у Чернівецькому районі (табл. 2). Такий розподіл зумовлений наявністю специфічних туристично-рекреаційних ресурсів і, в певному сенсі, вказує на потенціал для розвитку певних груп методів рекреаційної терапії.

Оскільки Вижницький район має 100% закладів для лікування та реабілітації постраждалих за всіма сімома групами і є своєрідним еталоном для Українських Карпат, доцільно проаналізувати потенціал інших регіонів.

Таблиця 2

Розподіл груп методів рекреаційної терапії адміністративних районів відносно їхнього забезпечення туристично-рекреаційними ресурсами, %

Район	Група № 1	Група № 2	Група № 3	Група № 4	Група № 5	Група № 6	Група № 7	Частка пересічного забезпечення
<i>Вижницький</i>	100	100	100	63	100	63	63	84,1
<i>Чернівецький район</i>								
Сторожинецька частина	100	100	100	50	100	50	50	79
Глибоцька частина	0	0	100	25	0	25	25	25
<i>Чернівецький</i>	50	50	100	37,5	50	37,5	37,5	52
Пересічно по Українських Карпатах	66,6	66,6	100	46	66,6	46	46	62,7
<i>Відхилення від базового Вижницького району</i>								
<i>Чернівецький</i>	-50,0	-50,0	0,0	-40,5	-50,0	-40,5	-40,5	-38,2
Сторожинецька частина	0	0	0	-20,6	0,0	-20,6	-20,6	-6,1
Глибоцька частина	-100	-100	0	-60,3	-100,0	-60,3	-60,3	-70,3

Чернівецький район поступається базовому Вижницькому в розвитку в усіх групах рекреаційної терапії, окрім 3. Базовим районом ми обрали останній адміністративний район, оскільки він виступає своєрідним еталоном в Українських Карпатах зі 100% забезпеченістю туристично-рекреаційними ресурсами по всіх групах методів рекреаційної терапії. Отже, в Чернівецькому районі потрібно надати акцент на розвиток інфраструктури району, спеціальних рекреаційних баз та розвиткових центрів, адже саме ці

установи є підґрунтям для розвитку визначених груп рекреації. Ці самі причини характерні й для його частин, особливо по 1-3 та 5 групах.

Придатність районів до розвитку активної рекреації в Українських Карпатах стосовно пересічного забезпечення за всіма сімома групами вказує на переважаючу роль території Вижницького району, частка якого тут сягає 45% (рис. 1). Дуже близькою до нього є частки Сторожинецької частини. І лише більше за десяту частину (13%) доповнює досліджувана нами Глибоцька частина.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити наступні висновки: Регіон добре забезпечений природними ресурсами у двох адміністративних районах та їх частинах: Вижницький та Чернівецький райони у Сторожинецькій та Глибоцькій його частинах. У першому адміністративному районі є достатні природні ресурси та умови для розвитку рекреаційного лікування і активного відпочинку [1-4].



Рис.1. Придатність районів Українських Карпат Чернівецької області до розвитку груп методів активної рекреації та рекреаційної терапії

Отже, вищенаведені показники туристично-рекреаційного потенціалу області свідчать про те, що регіон є придатним для розвитку активного відпочинку та відновлювального лікування. Найбільш придатним є Вижницький район Чернівецької області, оскільки він має всі необхідні ресурси для розвитку реабілітації військовослужбовців армії України (ЗСУ) та сил спеціальних операцій, членів їх сімей, внутрішньо переміщених осіб та населення шляхом використання засобів активного відпочинку та відновлювальної терапії.

Список використаних джерел:

1. Пилипець О.В. Впровадження методів активної рекреації у боротьбі з PTSD на території Чернівецької області (на прикладі США). Збірник студентських наукових праць. Чернівці, 2015. Випуск 18. С.124-126

2. Гищук. Р.М. Напрями розвитку рекреаційної терапії для реабілітації населення після військових конфліктів. Матеріали Міжнародної наукової конференції «Європейський вибір економічного поступу регіону», (26-27 травня 2016 р., м. Чернівці). Чернівці, 2016. С. 67-69

3. Гищук. Р.М., Пилипець О.В. Напрями розвитку активної рекреації з реабілітації військових та цивільного населення після збройних конфліктів. Українська географія : сучасні виклики. Зб. наук. праць у 3-х т. (м. Вінниця, 17-19 травня, 2016). К.: Прінт-Сервіс, 2016. Т III. С. 35-37

4. Гищук. Р.М., Пилипець О.В. Оцінка можливостей реалізації рекреаційної терапії та активної рекреації в Чернівецькій області. Proceedings of the 3 International Scientific and practical conference «Modern scientific achievements and their practical application». Dubai, UAE, 2016. С.56-61

Іванна НАГАЛЮК, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ М'ЯСНИХ СТРАВ

Значення м'яса та м'ясопродуктів в харчуванні населення визначається тим, що вони служать джерелом повноцінних білків, жиру, мінеральних і екстрактивних речовин, деяких вітамінів, споживання яких є необхідним для нормального функціонування організму. Серед населення України популярністю користуються страви з пернатої дичини.

М'ясо пернатої дичини, має високу харчову цінність: містить 23-25% білків, екстрактивні речовини, 1-2% жиру, мінеральні солі (калію, натрію, фосфору, кальцію, заліза, міді), вітаміни (А, D, РР, групи В). і гарний смак. Вона має вищий вміст повноцінних білків ніж у яловичини [1]. Жир птиці плавиться при низькій температурі (23-39 °С), в ньому і багато ненасичених кислот.

Перната дичина характеризується більш жорсткою консистенцією, ніж м'ясо птиці. У зв'язку з цим існує необхідність у розм'якшенні консистенції сполучних тканин. Перспективним напрямом для покращення якості пернатої дичини є маринування з використанням рослинної сировини, багатой на органічні кислоти.

Широко використовуються в міжнародній практиці сучасні способи маринування. Вагомий вклад в розробку даного наукового напрямку внесли вчені О. А. Штонда, О. І. Петрова, Л. Б Олійник, Н. І Лисак, М. М. Пасічний, Л. М. Тищенко, Л. В. Пешук, Л.Ф. Мітасєва, W. R. Dayton, R. Hamm, H. Oskerman та ін.

У технології страви «Качина ніжка конфі» сухе маринування змінюємо на маринування у маринаді в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії. Рецептuru розроблена у табл. 1.

Таблиця 1

Рецептурний склад страви «Качина ніжка конфі» замаринована в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії

Найменування сировини	Кількість сировини, г	
	Брутто	Нетто
Качина ніжка	182	170
Качиний жир	200	200
Петрушка корінь	14	10
Журавлина	12	10
Соевий соус	4	4
Гарбузова олія	5	5
Перець чорний молотий	0,1	0,1
Сіль	0,2	0,2
Вихід	217	200

Гарбузова олія - рослинна олія, яку отримують з насіння гарбуза, методом холодного пресування [7]. Хімічний склад продукту складається з тригліцеридів, ефірних олій, фосфоліпідів, токоферолів, каротиноїдів, пектинів, стеринів, вітамінів А, Е і F, селен та цинк.

Журавлина – ягода, яка за своїм хімічним складом вважається унікальною. Вона містить моно-, ди- і полісахариди до 4,8- 8,1%, вітамін С, вітамін Е, вітамін К та калій [5]. У журавлині дуже багато флавоноїдів, що володіють потужною антиоксидантною дією, корисних в боротьбі з головними недугами сучасності - серцево-судинними захворюваннями, злоякісними пухлинами, інфекціями.

Характеристика органолептичних показників страви «Качина ніжка конфі» замаринована в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії наведена у табл. 2.

Таблиця 2

Характеристика органолептичних показників страви «Качина ніжка конфі» замаринована в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії

Показники	Характеристика
Зовнішній вигляд	Качина ніжка зберегла свою форму, м'ясо не відходить від кісток
Консистенція	М'ясо м'яке, соковите, ніжне
Колір	Колір м'яса на розрізі – сірий, колір скоринки - золотистий
Смак	В міру солоний, в міру перчений, властивий качиному м'ясу та відтінкам смаку продуктів, що використовуються при приготуванні
Запах	Властивий виду птиці

Після маринування качиної ніжки в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії, м'ясо птиці характеризується високими смаковими властивостями. біохімічні зміни, що проходять в сировині під дією органічних кислот сприяють модифікації її функціонально-технологічних властивостей.

Обґрунтовано технологію та розраховано хімічний склад страви «Качина ніжка конфі» замаринована в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії (табл.3).

Таблиця 3

Хімічний склад страви «Качина ніжка конфі» замаринована в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії, на 100 г

Хімічний склад		«Качина ніжка конфі» замаринована в пюре з журавлини, соєвому соусі та гарбузовій олії
Волога, %		52,04
Білки, г		15,92
Ліпіди, г		6,60
Вуглеводи, г		6,95
Зола, г		1,68
Енергетична цінність, ккал		339,52
Мінеральні речовини	Кальцій (Ca), мг	16,82
	Калій (K), мг	233,60
	Магній (Mg), мг	20,76
	Фосфор (P), мг	164,84
	Залізо (Fe), мг	0,98
	Селен (Se),мкг	10,82
	Цинк (Zn), мкг	0,83
	Мідь (Cu), мкг	75,32
Вітамінні	Вітамін А, мкг	37,60
	Тіамін, мг	0,06
	Рибофлавін, мг	0,12
	Фолієва кислота, мкг	7,27
	Вітамін РР, мг	4,83

З табл. 3 бачимо, що в розробленій страві міститься 15,92 г білку, 6,6 г – ліпідів, енергетична цінність при цьому склала 339,52 ккал. Серед мінеральних речовин, можна виділити вміст калію – 233,6 мг, магнію – 20,76 мг, фосфору – 164,84 мг, селену – 10,82 мкг та міді – 75,32 мкг. Вітамінний склад страви з пернатої дичини містить вітаміну А – 37,6 мкг, рибофлавіну – 0,12 мг та вітаміну РР – 4,83 мг.

У зв'язку з цим, розроблення технологій м'ясних страв з пернатої дичини дозволить розширити асортимент для закладів ресторанного господарства.

Список використаних джерел:

1. Технологія продукції ресторанного господарства: підручник / А. Д. Салавеліс, С. Л. Колесніченко, Ю. О. Козонова, С. О. Поплавська. - Одеса : Освіта України, 2017. - 312 с.
2. Технологія харчових продуктів функціонального призначення : монографія / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, М. Ф. Кравченко, П. О. Карпенко, С. М. Пересічна, К. В. Свідло та ін. ; за ред. М. І. Пересічного. — [2-ге вид., переробл. і доп.]. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. — 1116 с
3. Штонда, О. А. Перспективи використання фруктово-ягідної сировини у технології м'ясних натуральних напівфабрикатів / О. А. Штонда, В. М. Пасічний // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – Київ : НУХТ, 2019. – Т. 25, № 6. – С. 194–200.
4. Журавлина: користь, шкідливі властивості URL: <https://life.liga.net/porady/cards/klyukva-polza-vrednye-svoystva-vkusnye-retsepty>
5. Конфі URL:: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
6. Корисні властивості гарбузової олії URL:: <https://blog.tablycjakalorijnosti.com.ua/korysni-vlastyvosti-garbuzovoyi-oliyi/>

Олексій ОВЧИННИКОВ, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

**УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ
РИБНИХ СТРАВ**

Моніторинг ринку функціональних продуктів харчування вказує на обмежений асортимент риборослинних продуктів, збалансованих за харчовою та біологічною цінністю. Традиційно рибні продукти займають одне із провідних місць у забезпеченні збалансованості харчування і за окремими характеристиками не мають на сучасному етапі альтернативної заміни.

Загальновідомо, що океанічна риба багата білками, жирами та жиророзчинними вітамінами, майже не містить харчових волокон та дефіцитних нутрієнтів [1]. Поліпшення сенсорних характеристик і функціональних властивостей рибних страв можливе за рахунок додавання рослинної сировини. Створення технологій нових функціональних продуктів харчування на основі рибної і рослинної сировини здатне забезпечити харчовими компонентами й енергією організм людини, що зробить істотний внесок у забезпечення населення продукцією високої якості.

Риба – одне з найважливіших джерел білкового харчування людини. Комплексне використання риби засноване на тому, що окремі частини її тіла

мають різні будову і хімічний склад [2]. Лосось – один з найпопулярніших видів риб у всьому світі, відноситься до сімейства лососевих [3]. За способом технологічної обробки лосось розділяють на види: свіжий, охолоджений, заморожений, засолений, копчений, кулінарні вироби та рибні напівфабрикати.

Цінність лосося, як продукту харчування, визначається в першу чергу наявністю в її складі великої кількості повноцінних білків, що містять всі життєво необхідні амінокислоти. Жир, що міститься в рибі, розріджує кров, подібно до аспірину і захищає артерії. Спільна дія антиоксиданту селену, вітаміну D і омега-3 кислот стимулює дію інсуліну. Завдяки цьому цукор поглинається швидше і знижується його рівень в крові. Лосось корисний для діабетиків і для бажаючих запобігти цьому захворюванню.

Враховуючи науково-технічні розробки, для поліпшення сенсорних характеристик і функціональних властивостей продукції із океанічної риби, до її складу вирішено додати рослинну сировину. Борошно зародків пшениці – вважається скарбницею корисних речовин. Білок вважається повноцінним та майже нічим не відрізняється від білків м'яса, риби чи яєць [4]. Науковці виявили, що в одному паростку з зародків пшениці знаходиться близько дванадцять вітамінних речовин, вісімнадцять амінокислот і до двадцяти мікроелементів.

Окрім злакових культур для смаження риби застосовують подрібнений горіх та кунжут, які змінюють смак страв, підвищують їх калорійність і поживну цінність. Фісташки – цінний продукт харчування, який є джерелом амінокислотного білку, жирів, вуглеводів, вітамінів групи А, В, Е, мінеральних речовин: заліза, магнію, фосфору, калію, марганцю і міді [5].

Для удосконалення рецептури досліджуваної страви, в паніровці для риби борошно пшеничне (100%) замінимо на борошно зародків пшениці (50% від загальної кількості борошна) та подрібнені фісташки (50% від загальної кількості борошна). З метою розроблення технології лосось на грилі у фісташковій паніровці, визначено раціональне співвідношення компонентів (табл. 1).

Таблиця 1

Рецептура приготування лосося на грилі у фісташковій паніровці

Найменування сировини	Брутто	Нетто
Лосось філе	115	105
Маса з риби		105
Борошно зародків пшениці	5	5
Фісташки подрібнені	5	5
Яйце	6	4
Сіль	0,1	0,1
Перець чорний молотий	0,1	0,1
Олія оливкова	4,8	4,8
Маса паніровки		20
Маса н/ф з риби		120
Вихід готового виробу		100

Комбінування рецептурних інгредієнтів дозволяє взаємно збагатити продукт біологічно активними речовинами, яких бракувало, з метою забезпечення відповідності раціональному харчуванню [6].

Для визначення якості розроблених рибних страв проводили органолептичну оцінку, при цьому звертали увагу на їхній зовнішній вигляд, колір, консистенцію, смак і аромат (рис. 1).

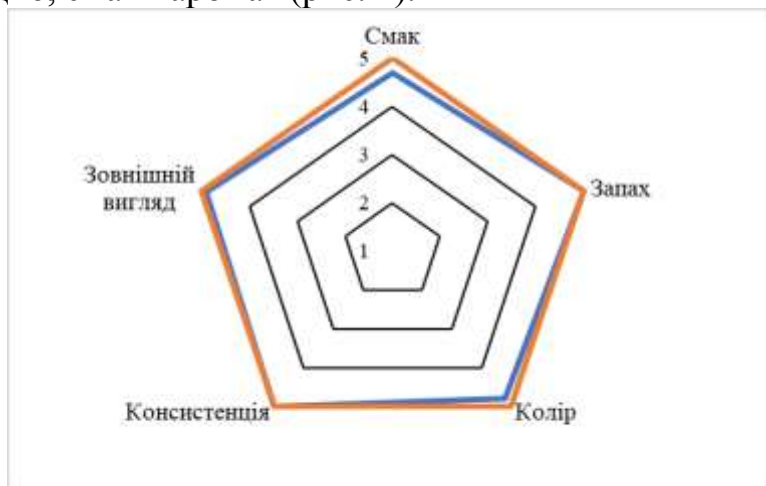


Рис. 1. Профілограми органолептичних властивостей лосося на грилі у фісташковій паніровці

Харчову цінність лосося на грилі у фісташковій паніровці представлено в табл. 2 [7].

Таблиця 2

Харчова цінність лосося на грилі у фісташковій паніровці

Нутрієнт	Лосось на грилі	Лосось на грилі у фісташковій паніровці	Різниця	
			од.	%
Білки, г	19,5	24,2	4,6	23,7
Жири, г	12,7	15,0	2,4	18,7
Харчові волокна, г	0,2	4,2	4,0	1982,5
Енергетична цінність, ккал	217,1	233,8	16,8	7,7
Макроелементи:				
Кальцій, мг	23,7	40,5	16,8	70,5
Калій, мг	404,1	500,0	95,9	23,7
Магній, мг	28,0	39,8	11,9	42,4
Фосфор, мг	231,1	287,0	56,0	24,2
Вітаміни:				
Тіамін, мг	0,2	0,4	0,2	86,9
Рибофлавін, мг	0,3	0,4	0,1	27,6
Піридоксин, мг	0,8	1,0	0,2	23,9
Фолієва кислота, мкг	26,0	31,5	5,6	21,4
Токоферол, мг	2,2	3,9	1,7	74,7

За рахунок введення до складу паніровки борошна зародків пшениці та фісташок, поживна цінність розробленої страви збагатилась на білки, харчові волокна, кальцій, магній, фосфор, залізо, вітаміни групи В та токоферол.

Впровадження розробленого продукту у виробничих умовах закладів ресторанного господарства дозволить розширити асортимент рибних страв, забезпечити високий рівень організації технологічного процесу та отримання готового продукту підвищеної харчової цінності.

Список використаних джерел:

1. Колісниченко Т.О., Бабіч П.В. Удосконалення технології страв із риби з метою підвищення їх харчової цінності URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/1834/1/34.pdf>
2. Шаповал Н.І, Баранов В.С. Вплив деяких добавок до рибного фаршу на його вологоутримуючу здатність // Рибне господарство. 2011. №3, С. 47-49.
3. Лосось URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Зародок пшениці – енергія нового життя URL: <http://www.epochtimes.com.ua/health/advice/zarodky-pshenyци-energija-novogo-zhyttja-71506.html>
5. Фісташки URL: <http://hnb.com.ua/articles/s-zdorovie-fistashki-1688>
6. Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення: монографія. Частина 1 / О. І. Черевко / 4-те вид., переробл. та допов. - Х.: Харківський. держ. унів. харчув. і торгівлі, 2017. – 940 с
7. Хімічний склад харчових продуктів URL: <https://zakach.com/products/kunzut-382>

Олександр КИРИЛЮК, 4 курс,
Спеціальність «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Незвещук-Когут Т. С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ м. Чернівці

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

В умовах воєнного стану кожен заклад ресторанного господарства стикається з викликом адаптації до швидко змінюваного середовища та виживання в нових умовах. Нові умови виникають через кризові явища, такі як глобальна пандемія та її наслідки, а також запровадження воєнного стану в Україні, комендантської години, зниження попиту на банкети та інші святкування, зміна поведінки споживачів тощо. Для вирішення цих проблем необхідний методологічний інструментарій, що дозволить обґрунтувати

управлінські рішення та вибрати стратегічні напрямки сталого розвитку з урахуванням особливостей виробничо-комерційної діяльності.

За даними дослідження компанії «Делойт», 73% українців користуються сервісами доставки готової їжі. До топ-3 сервісів з доставки їжі та продуктів харчування в Україні увійшли Glovo, Rocket та власні служби доставки ресторанів. Чим більший населений пункт, тим частіше його жителі користуються сервісами доставки. Так, 81% мешканців мегаполісів використовують сервіси доставки їжі.

Також варто зазначити, що під час кризи 64% українців зменшили частоту відвідування ресторанів та барів; 47% зменшили витрати на ресторани та бари, 43% збільшили витрати на доставку їжі та продуктів харчування.

Серед адаптивних методів, які застосовували заклади ресторанного господарства, можна виділити такі:

- продуктові інновації в меню, що спрямовані на простоту та домашню кухню. Це дозволило запропонувати споживачам нові та цікаві страви, що відповідають їхнім потребам.

- співпраця з компаніями доставки їжі («MisterAm»). Це дозволило надавати послуги доставки, що стало ключовим трендом на ринку ресторанних послуг у період COVID-кризи.

Однак, також спостерігається й інші підходи до стратегічного управління закладами ресторанного господарства. Зокрема, спостерігаємо, що не всі підприємства ресторанного господарства запровадили послуги доставки під час COVID-кризи. За даними дослідження компанії «БізРейтинг»:

- 33% рестораторів вважають це нововведення неприйнятним;
- 21% вже надавали послуги доставки до початку пандемії.
- 16% запустили власну службу доставки під час кризи;
- 14% розширили послуги доставки в цей період;
- 5% запустили службу доставки із залученням сторонніх компаній;
- 11% планують запустити службу доставки в майбутньому.

Окрім доставки їжі, спостерігаємо, що ресторани впроваджують інші інновації:

- автоматизація кухні, що підвищує ефективність роботи, зменшує кількість помилок і покращує якість страв;

- безконтактні замовлення та оплата, що зменшують контакт між відвідувачами та персоналом;

- створення та розвиток веб-сайтів або додатків, що покращують взаємодію зі споживачами та надають більше інформації про послуги.

- цифрове меню, що дозволяє переглядати та робити замовлення без необхідності контакту з персоналом.

- продуктові інновації, що задовольняють потреби споживачів, які змінилися в умовах пандемії та війни.

- розвиток культури гігієни, санітарії та безпеки, що залучає та утримує відвідувачів;
- використання соціальних мереж, що дозволяє спілкуватися зі споживачами та просувати свої послуги.

Отже, в умовах негативного впливу зовнішні факторів питання виживання закладів ресторанного господарства залежить як від ситуації в країні, зокрема безпекової. Однак, стратегічний розвиток підприємства залежить в основному від стратегічного мислення менеджерів та їх здатності приймати ефективні управлінські рішення під час кризи. Керівникам закладів ресторанного господарства варто зосередитися на ризиках фінансової безпеки та впливі зовнішніх факторів, таких як політична ситуація, гендерна та вікова структура відвідувачів.

Саме тому, в умовах кризи особливості формування стратегії розвитку закладів ресторанного господарства полягають у неможливості розробки багаторічних стратегій. Важливо вивчати вплив зовнішніх факторів, прогнозувати наслідки кризових явищ і адаптувати послуги відповідно до змін у поведінці споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні.
URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>.
2. Незвещук-Когут Т. С. Особливості просування готельно-ресторанних послуг через Інтернет-ресурси / Т. С. Незвещук-Когут, Т. М. Марусяк / Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку». – м. Умань, 28-2 жовтня 2021. – С. 168-171
3. Орлова О. М. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в Україні // Бізнесінформ. – 2022. – № 1. – С. 153-160.

Олеся ПУЗІКОВА, 4 курс
спеціальність «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Незвещук-Когут Т. С.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА БУКОВИНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах воєнного стану підприємства сфери гостинності, зокрема заклади ресторанного господарства стикаються з особливими викликами та загрозами, викликані негативним впливом зовнішніх факторів. Серед

основних проблем можна виділити: необхідність забезпечення цілковитої безпеки персоналу, споживачів, а також майна та інформації; важливість збереження трудового колективу та морально-психологічного духу співробітників, додаткова потреба щодо підвищення мотивації та бойового духу членів колективу; необхідність раціонального використання ресурсів, у тому числі енергетичних. Також однією із проблем закладів ресторанного господарства – це зміна споживчих вподобань гостей, що спричинена гендерними змінами структури гостей. Зазначені факти зумовлюють постійний перегляд стратегій розвитку підприємств та постійного моніторингу впливів перелічених викликів і загроз.

Однак, враховуючи факт відносно стабільної безпечної ситуації у м. Чернівці, питання безпеки для закладів ресторанного господарства не постає настільки гостро через відносну стабільність та віддаленість від територій проведення активних воєнних дій. Паралельно інші проблеми, у тому числі питання кадрової політики є досить актуальними. Ці проблеми стають особливо гострими через необхідність забезпечення стабільної роботи та високої якості обслуговування під час кризи.

Серед основних проблем кадрової політики закладів ресторанного господарства варто виділити:

1. Важливість та необхідність збереження і залучення кваліфікованого персоналу до складу трудового колективу. Проблема виникла у зв'язку із масовим виїздом кваліфікованих працівників за кордон. Через воєнний стан багато працівників жіночої статі виїжджають за кордон у пошуках безпечніших умов праці, у той же час проблеми мобілізації зумовлюють звільнення працівників чоловічої статі, що призводить до дефіциту кадрів. У цьому блоці також варто виділити проблеми та наслідки нестабільної ситуації в країні. Це впливає на моральний стан працівників, що знижує їхню продуктивність і якість обслуговування.

2. Адаптація до змін у попиті та поведінці споживачів. Зміна споживчих пріоритетів є основною причиною постійного моніторингу адекватності пропонованих послуг та страв. Споживачі під час воєнного стану можуть змінювати свої пріоритети, віддаючи перевагу більш доступним і безпечним варіантам харчування. Також варто враховувати зміну гендерної структури споживачів, яка зміщується у сторону збільшення кількості жінок серед гостей.

У цьому напрямку також варто відмітити непередбачувані потоки гостей, що зумовлені періодичною появою на вулицях м. Чернівці туристичних груп. Потоки туристів стають менш прогнозованими, що ускладнює планування робочих змін і управління персоналом.

3. Проблеми з навчанням і підвищенням кваліфікації персоналу. Через нестабільну ситуацію спостерігається обмежений доступ до навчальних ресурсів, у тому числі у форматі офлайн. В умовах воєнного стану можуть бути обмежені можливості для навчання і розвитку персоналу. Також варто відмітити таку складову цього блоку як необхідність швидкої адаптації нових

працівників. Часті зміни у складі персоналу вимагають швидкої адаптації нових працівників до специфіки роботи.

4. Забезпечення безпеки працівників та гостей. Військові дії вимагають від роботодавців забезпечення безпеки працівників, що може включати евакуацію, створення безпечних умов праці. Також варто відмітити необхідність психологічної підтримки членів трудового колективу, у тому числі таких, які мобілізовані і перебувають у складі Збройних сил України. Стресові ситуації потребують додаткових заходів підтримки морального стану працівників.

З метою покращення та вдосконалення кадрової політики закладів ресторанного господарства Буковини пропонуємо ряд ключових інструментів для вирішення зазначених проблем:

1. Залучення та утримання персоналу, що передбачають гнучкі умови праці. Введення гнучкого графіка роботи, дистанційної роботи (де можливо), щоб зменшити стрес і підвищити задоволеність працівників. Матеріальна і нематеріальна мотивація - підвищення заробітної плати, бонуси за стаж у даному підприємстві, забезпечення соціальних гарантій.

2. Адаптація до змін у споживчій поведінці, який передбачає: аналіз ринку, постійний аналіз споживчих тенденцій для адаптації меню і сервісу до нових потреб гостей, а також впровадження маркетингових стратегій, зокрема активне використання маркетингових інструментів для залучення нових і утримання постійних гостей та споживачів.

3. Навчання і розвиток персоналу, що може передбачати внутрішнє навчання – організація внутрішніх тренінгів і майстер-класів для підвищення кваліфікації працівників (за прикладом ресторану «Ганок»), партнерство із закладами вищої освіти: співпраця з місцевими навчальними закладами для забезпечення безперервного професійного розвитку.

4. Безпека працівників, що передбачає психологічну підтримку та впровадження програм психологічної підтримки, консультації з психологами, а також фізичну безпеку, зокрема забезпечення безпечних умов праці, наявність планів евакуації та навчання персоналу діям у надзвичайних ситуаціях.

Отже, зважаючи на викладене, можна зробити висновок, що заклади ресторанного господарства Буковини під час воєнного стану стикаються з серйозними кадровими проблемами. Проте, за рахунок ефективної кадрової політики, включаючи гнучкі умови праці, адаптацію до ринкових змін, постійне навчання та забезпечення безпеки, можливо підтримати стабільну роботу підприємства та забезпечити високу якість обслуговування гостей.

Список використаної літератури

1. Analysis and modeling of factor determinants for Ukraine hotels and tourist sphere. Nazariy Popadynets, Iryna Hryhoruk, Mariana Popyk, Olha Bilanyuk, Oleksandr Halachenko, Inna Irtysheva, Natalia Batkovets, Nataliia

Lysiak, Yevheniya Boiko, Nataliya Hryshyna, Mariana Bil, Tetiana Nezveshchuk-Kohut. AISC-volume 1322 Intelligent Human Systems Integration 2021.

2. Незвещук-Когут Т. С. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу Буковини / Т. С. Незвещук-Когут, Т. М. Марусяк / Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності». – м. Львів., 7-8 жовтня 2021. – С.70-73

3. Язіна В. А. Управління безпекою підприємств індустрії гостинності в сучасних умовах. / Т. С. Незвещук-Когут, В. А. Язіна / Вісник ЧТЕІ ДТЕУ: Фаховий науковий журнал, категорія Б – 2023. – Том 1.

Анастасія ОЛІЙНИК, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. –Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АПАРТ-ГОТЕЛІ: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ВЗАЄМОДІЇ З ГОСТЯМИ

У сфері гостинності, яка постійно розвивається, концепція апарт-готелів є універсальним рішенням, адже задовольняє різноманітні потреби сучасних споживачів. Ці підприємства поєднують домашній комфорт із зручностями готелю і завойовують популярність завдяки своїй адаптивній природі, пропонуючи гостям гнучкі та персоналізовані враження. Багато міжнародних готельних брендів інвестують значні кошти в цей сегмент ринку.

Апарт-готелі поєднують такі основні елементи готельних послуг: надання умов проживання, облаштування робочих зон, можливість самостійного приготування страв, SPA-послуги, івент-сервіс та конференц-зали, бізнес-центри.

Нові концепції апарт-готелів враховують мінливі споживчі вимоги, забезпечуючи розміщення, яке пропонує відчуття «вдома з дому». В основі концепції лежить ідея гнучкості. На відміну від традиційних готелів, які зазвичай пропонують номери стандартної конфігурації, апарт-готелі надають широкий вибір варіантів від номерів-студій до номерів-люкс, які обслуговують індивідуальних туристів або гостей, які подорожують сім'ями. Основною ж цільовою аудиторією апарт-готелів є бізнес-туристи, які відвідують місто на більш тривалий період часу, ніж просто день або два. Умови розміщення сприяють подовженому терміну перебування гостей в підприємстві готельного господарства.

Універсальність апарт-готелів дозволяє гостям обирати житло, яке відповідає їхнім особливим вимогам, будь то затишна студія для відпочинку

на вихідних або просторі апартаменти для ділового відрядження на довгий термін.

Однією з ключових особливостей, яка відрізняє апарт-готелі від інших готелів є їх акцент на самообслуговуванні. Апарт-готелі оснащені функціональними кухнями або міні-кухнями, що дає можливість гостям готувати собі страви самостійно або користуватись послугами Room-service.

В апарт-готелях є також заклади ресторанного господарства, а в меню представлено страви для різних груп населення: є дитяче меню, передбачено харчування для вегетаріанців, впроваджено страви з дієтичними обмеженнями.

В апарт-готелях передбачено надання різноманітних додаткових послуг: прибирання на вимогу гостей, послуги доставки продуктів, гнучкий час заїзду/виїзду. Гості мають можливість облаштуватись під час перебування в готелі відповідно до своїх потреб та уподобань. В готелях обов'язковим є швидкісний доступ до Wi-Fi та спроектовано робочий простір в поєднанні з місцями загального користування.

Апарт-готелі оснащені сучасними меблями та декором, створюючи стильну та затишну атмосферу для комфортного перебування споживачів. Дизайн готелів може бути різноманітним: міський лофт, стиль прованс або класичний, скандинавський, кантрі, арт-деко тощо.

Особливу увагу в апарт-готелях надають обслуговуванню споживачів на найвищому рівні з врахуванням сучасних персоналізованих технологій взаємодії з гостями.

Взаємодія з гостями починається з Web-сайту закладу та бронювання гостями номеру. Після того, як бронювання зроблено, готель підтримує контакт з потенційними гостями: надсилається електронний лист-підтвердження, лист-нагадування безпосередньо перед візитом, який включає інформацію про те, як краще доїхати до місця розташування та контактні дані служби рецепції. Можна додати опитування перед приїздом, щоб більше дізнатись про споживача і передбачити додаткові послуги. Гарне онлайн-спілкування має бути підкріплено хорошим офлайн-спілкуванням під час зустрічі, проживання та при виїзді із апарт-готелю.

Підтримка індивідуального спілкування з гостями, які мають особливі потреби чи вподобання, вимагає уважності та гнучкості. В готелі можуть створювати детальні профілі гостей, які включають відповідну інформацію (дієтичні обмеження, вимоги до номеру, потреба в послугах трансферу та ін.), що дозволяє передбачати та завчасно реагувати на ці потреби.

Взаємодія з гостями має важливе значення для створення та підтримки позитивних вражень від засобу розміщення. Удосконалення способів спілкування та взаємодії з гостями може допомогти залучати нових споживачів, підтримувати гостей протягом усього періоду їхнього перебування в апарт-готелі починаючи з моменту, коли вони вирішують забронювати номер. Важливо взаємодіяти з гостями готелю навіть після

від'їзду: проводити опитування з метою дослідження та удосконалення надання готельних послуг в апарт-готелях.

Ефективна взаємодія з гостями готелю може покращити враження від підприємства готельного господарства, допомагаючи перетворити нових гостей на лояльних постійних клієнтів. Персоналізація надання послуг в апарт-готелях допомагає створити незабутні враження від перебування у готелі, проявляючи турботу та увагу до деталей.

Список використаних джерел:

1. Давиденко І.В. Апарт-готелі як інноваційна форма організації готельних підприємств URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/50.pdf
2. Свірський Є. Апарт-готелі як інструмент інвестування та планування відпочинку. URL: http://ua.prostobank.ua/finansoviy_gid/vidpochinok/statti/apart_goteli_yak_instrument_investuvannya_ta_planuvannya_vidpochinku
3. Apart-hotels: business specifics and attraction of international hotel operators URL: <https://ribashotelsgroup.ua/en/blog/apart-oteli-spetsifika-biznesa-i-privlechenie-mezhdunarodnih-otelynih-operatorov/>

Микола ПАНІЮШИН, 4 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Брикова Т.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ ТЕХНОЛОГІЙ СУПІВ З ПІДВИЩЕНИМ ВМІСТОМ БІЛКІВ

На сучасному етапі розвитку технологій харчової продукції особливе значення приділяється напрямом пов'язаним з виробництвом страв, що поліпшують обмін речовин, послаблюють процеси сенсibiliзації організму і підвищують його опір до несприятливих факторів довкілля. За даними експертів ФАО/ВООЗ, найбільший вплив на здоров'я людини має спосіб життя, найважливішою складовою якого є харчування.

Особливе місце серед широкого асортименту кулінарної продукції займають перші страви, які є джерелом мінеральних і біологічно активних речовин (вітамінів, мікроелементів). Вони містять значну кількість рідини і покривають потребу організму у воді на 15...25 %. З фізіологічної точки зору, супи необхідні для нормального функціонування людського організму, оскільки є важливою складовою раціонів харчування, допомагають активізувати обмін речовин і кровообіг [3]. Особливою популярністю серед споживачів користуються пюреподібні супи, які представляють однорідну протерту масу і мають консистенцію густих вершків (рис. 1).

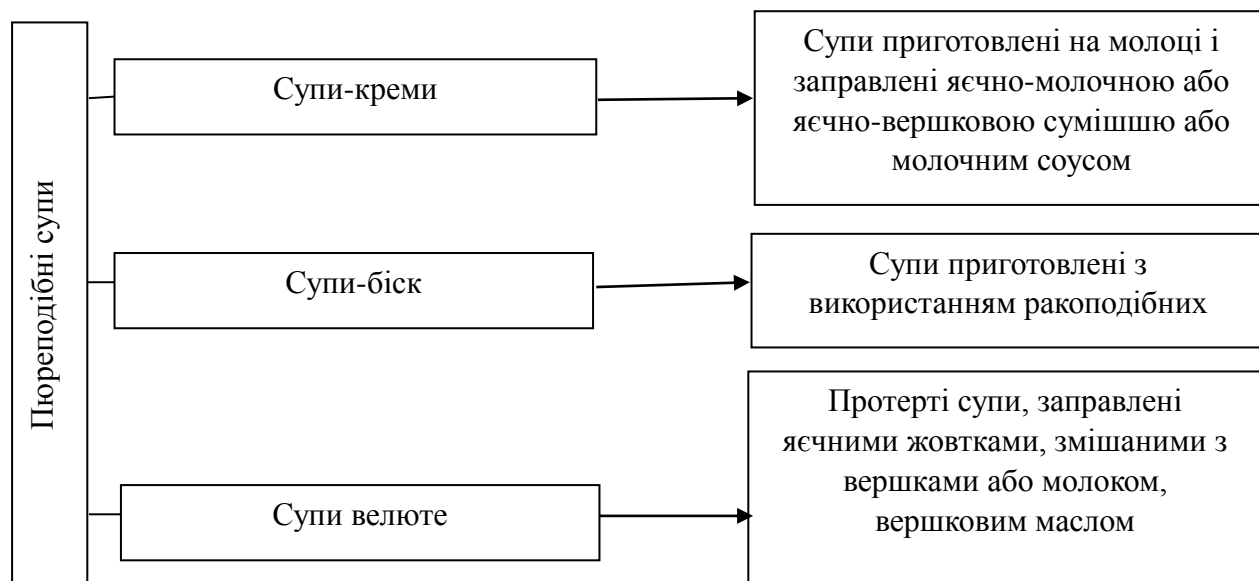


Рис. 1 Види пюреподібних супів

Дослідженню перспективи впровадження і застосування білкової сировини у виробництві супів присвячено роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених В. Н. Корзуна, Д.В.Федорової, О.С. Пушки, Т.М. Головки, Mc Clements D. J. та P.A. Williams. Незважаючи на значну кількість праць, питання покращення поживної цінності супів потребують подальшого аналізу.

В якості контрольного зразку для проведення наукових досліджень використана рецептура крем-супу з печериць, в якості білкового компоненту додано сир Чедер. Основною сировиною для крем супу є печериці і його вміст в рецептурі становить 27,6%. Другим важливим інгредієнтом є молоко, вміст якого становить 12,9%. Для досягнення високих сенсорних показників додавали сир зменшуючи вміст цибулі ріпчастою, молока, цибулі-порей, а також соусу roux.

У процесі експериментальних досліджень розроблено технологію крем-супу з печериць з сиром Чедер. Визначено раціональну кількість сиру Чедер, а саме: 20%. Для підвищення вмісту мінеральних речовин та вітамінів в нутрієнтному складі крем -супу використовують 5% грецьких горіхів.

Органолептичну оцінку проводила незалежна дегустаційна комісія оцінюючи крем-супи за 5 бальною шкалою. На основі аналізу побудовано профілограму якості, оцінюючи зовнішній вигляд, консистенцію, смак і запах, колір, видно, що органолептичні показники якості крем-суп з сиром чедер та грецькими горіхами має високі значення і перевищують показники контролю рис. 2).

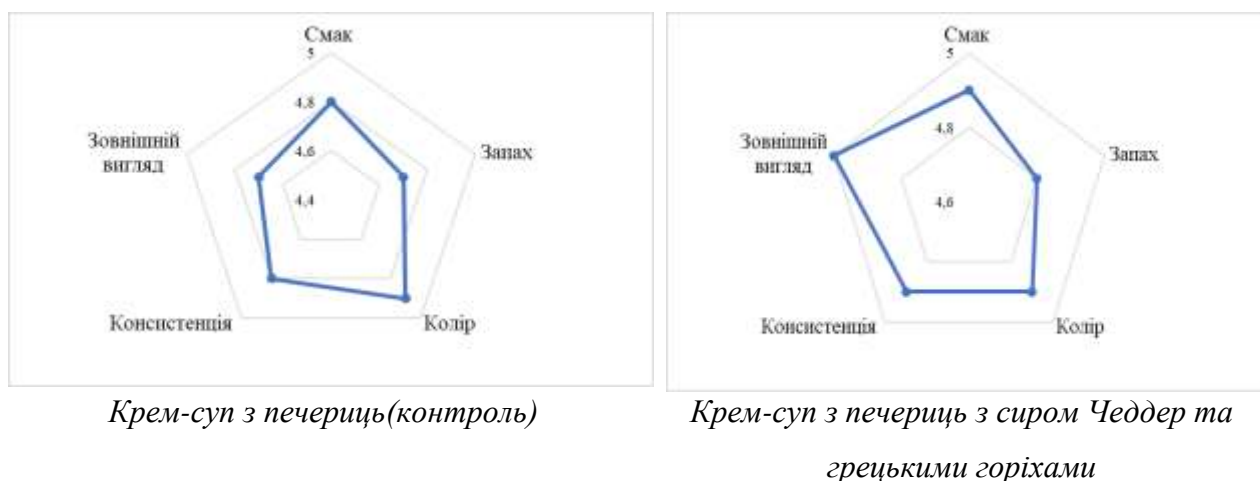


Рис. 2 – Профілограми органолептичних показників крем-супу

Досліджено поживну цінність крем-супів з печериць. Хімічний склад розраховано на 100 г продукту (табл.1).

Таблиця 1

Хімічний склад та енергетична цінність крем-супів

Продукція	Білки, г	Жири, г	Вуглеводи, г	Харчові волокна	Енергетична цінність, ккал
Крем-суп з печериць (контроль)	0,95	2,52	12,51	7,2	76,52
Крем-суп з печериць з сиром Чеддер	3,23	5,08	22,01	11,40	136,99

За результатами таблиці 1, можна констатувати, що при використанні сирів в технології приготування крем-супу збільшується кількість білків та жирів за рахунок яких підвищилась енергетична цінність страви. Провівши порівняння контрольного зразку та дослідного було встановлено, що вміст білків збільшився в 2,17...3,4 рази. Крем-супу з печериць з сиром Чеддер та грецькими горіхами задовольняють на 15 % добову потребу організму в харчових волокнах.

У зв'язку з цим впровадження у харчування розробленого крем-супу з печериць з сиром Чеддер та грецькими горіхами має соціальний ефект і полягає у забезпеченні населення України стравами оздоровчого призначення.

Список використаних джерел:

1. Гончар В. Впровадження новітніх технологій пюреподібних супів / Гончар В. //Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал «ЛОГОС. Мистецтво наукової думки». – 2019. - №6. - с. 27-29
2. Загальна технологія харчових виробництв : навч. посібник / А.А. Дубініна, Ю.М. Хацкевич, Т.М. Попова, С.О. Ленерт. – Харків : ХДУХТ, 2016. – 497 с.
3. Шуміло Г.І. Технологія приготування їжі: Навч. посіб. – К.: «Кондор», 2003. – 506 с.

4. Characteristics of sweet potato instant cream soup for emergency food //Vol. 29 No. 2 (2018): Jurnal Teknologi dan Industri Pangan <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jtip/article/view/18147>

Анастасія ПЛАТІКА, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ВЗАЄМОДІЇ У ГОТЕЛІ

Важливим етапом при організації роботи готелю є не тільки вибір сучасних перспективних технологій, а і доцільність впровадження таких технологій в конкретному готелі з врахуванням концептуальної складової, дослідивши готовність ринку до нововведень.

Популярним напрямом вдосконалення процесів управління готелем є використання інформаційних технологій. Система управління готелем – це інформаційна система, яка використовується готелями для реєстрації важливої інформації про клієнтів (сімейний стан, уподобання, бронювання) і забезпечує контроль доступу персоналу, а також посилення на служби технічного обслуговування.

Багато готелів на практиці переконались в перспективності і цінності інформаційних систем з точки зору продуктивності та ефективності. Інформаційні системи взаємодії допомагають знизити витрати, підвищити продуктивність, збільшити прибуток і доходи. Основною метою готельної індустрії є надання якісних послуг своїм гостям. Сучасні дослідження свідчать, що інформаційні системи впроваджують у різних підрозділах готелю. У фронт-офісах готелів використовують інформаційні системи взаємодії через їх ефективність і результативність у контролі даних та можливості формувати аналітичні звіти, налагоджувати контакт зі споживачами [1].

Сформувати середовище для розвитку інформаційних та комунікативних знань і компетентностей дозволяють мультимедійні технології. Мультимедійність – це інтерактивна взаємодія з інформацією, а не просто набір текстових, графічних, звукових, відео- та анімаційних моментів. Мультимедійні технології дозволяють створити новий рівень інтерактивної взаємодії «споживач – технології – оточення (реальне чи віртуальне)», інтегруючи різноманітні традиційні та оригінальні способи представлення та передачі інформації в одному або декількох програмних додатках.

Програмне забезпечення для розробки мультимедіа, таке як Adobe Flash, Adobe Director, Macromedia Authorware і MatchWare Mediator, можна використовувати для створення автономних гіпермедійних програм. Мультимедійні технології використовуються для надання інформації через дисплеї, які встановлюються в загально-доступних місцях.

Наприклад, в готелі Renaissance Hotels (м. Окінава, Японія), встановлено комунікаційну систему UTICS і мультимедійну систему «Unimedia», щоб надати інформацію про готель у формі, зрозумілій усім відвідувачам. На стіні зображено інтерактивну карту міста.

В Hotel X Toronto (м. Торонто, Канада), встановлено голографічну платформу в натуральну величину, яка дозволяє гостям взаємодіяти з віддаленими співробітниками [2]. Proto Epic — це голографічна комунікаційна платформа в натуральну величину, яка дозволяє глядачам бачити, чути та взаємодіяти з іншими людьми, які буквально «залучені» з будь-якої точки світу, наживо чи в попередньому записі. Ця технологічна інновація забезпечує віртуального консьєржа в реальному житті, у реальному розмірі та в реальному часі, щоб відповісти на будь-яке запитання гостя.

В готелях перспективним нововведенням є використання інтерактивних стін. Новатори у сфері високих технологій розробляють ці цифрові та проекторні поверхні, щоб інформувати гостей, а також автоматизувати роботу гостинності, як-от обов'язки обслуговуючого персоналу та послуги консьєржа. Завдяки інтерактивним стінам в приміщеннях загального користування, коридорах та інших гостьових зонах готель Renaissance New York Midtown Hotel (м. Нью-Йорк, США), отримав звання «перший інтерактивний «живий» готель у місті». Його технологія відображення є одним з найяскравіших прикладів цифрової інтерактивності в готельному закладі.

Дизайнер Realizations Inc. Montreal (м. Монреаль, Канада), поєднав детектори руху, проектори, 3D-камери та світловідбиваючий папір для створення стін. Серед інших інтерактивних стін готелю є віртуальна служба консьєржа, яка «оживає, коли користувач наступає на слова, спроектовані на підлозі». Це допомагає глядачам дізнатися про місцеві визначні пам'ятки. В готелях Premier Inn Hub (м. Лондон, Великобританія), також обладнано стіни з інтерактивною картою, що дозволяє гостям активувати інформацію про певні райони, націлюючи смартфони на ці частини карти.

Надання виняткових послуг кожному гостю щоразу є стандартом, який надто часто порушується логістичними проблемами та операційними обмеженнями. Найчастіше в готелях не вистачає персоналу, необхідного для того, щоб кожен гість отримував рівень обслуговування, який відповідає стандартам бренду. За допомогою інформаційних систем взаємодії готель може краще оптимізувати та автоматизувати обслуговування таким чином, щоб співробітники могли зосереджувати свою увагу та зусилля на найважливішому: взаємодії з гостями. Ефективне та своєчасне впровадження нових IT-додатків може запропонувати можливості, які покращать послуги для гостей, щоб задовольнити зростаючі очікування клієнтів, покращити маркетингові стратегії та розширити можливості для готелів.

Список використаних джерел:

1. Ewuola, Olatunde. (2019). The Impact of Information Systems in Hotel Management URL: https://www.researchgate.net/publication/367377810_The_Impact_of_Information_Systems_in_Hotel_Management/citation/download
2. Hotel X Toronto Now Offers a Virtual Concierge URL: <https://hospitalitytech.com/hotel-x-toronto-now-offers-virtual-concierge>

Назар ПРОЦЮК, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Паламарек К.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ

На сьогоднішній день у готельному бізнесі усі технологічні аспекти виробництва послуг охоплюють інновації. В умовах жорсткої конкурентної боротьби, заклади розміщення намагаються знайти нові підходи до удосконалення і набуття конкурентних переваг. Кожен готель впроваджує нові послуги, удосконалює способи їх надання, покращує їх рівень та якість [1].

Процес поселення це найперший етап з яким гість стикається потрапивши до готельного підприємства, і саму від якості та швидкості розміщення залежить його перше враження про засіб розміщення. Швидке обслуговування є одним із найголовніших пріоритетів для кожного гостя. В останні роки популярності набуває самообслуговування. Термінали самостійної реєстрації сьогодні можна побачити в аеропортах, залізничних вокзалах, закладах швидкого обслуговування (McDonald's) та касах супермаркетів, тощо [2]. Не винятком є і готельні підприємства, адже існують системи самообслуговування, які надають можливість гостям швидко, в будь-який час здійснити реєстрацію заїзду і від'їзду з готелю, замовити і оплатити додаткові послуги.

Термінал самообслуговування (для реєстрації заселення та від'їзду) – це автоматизоване програмне забезпечення або цифрова сенсорна панель, яка працює як альтернатива стійка реєстрації. Вони прості в налаштуванні та користуванні, пропонують велику кількість функцій. Термінал самообслуговування призначений для зменшення навантаження на стійку реєстрації, скорочує очікування гостей, сприяє підвищенню задоволеності клієнтів. На рис. 1 розглянемо функціональні можливості терміналу [3].

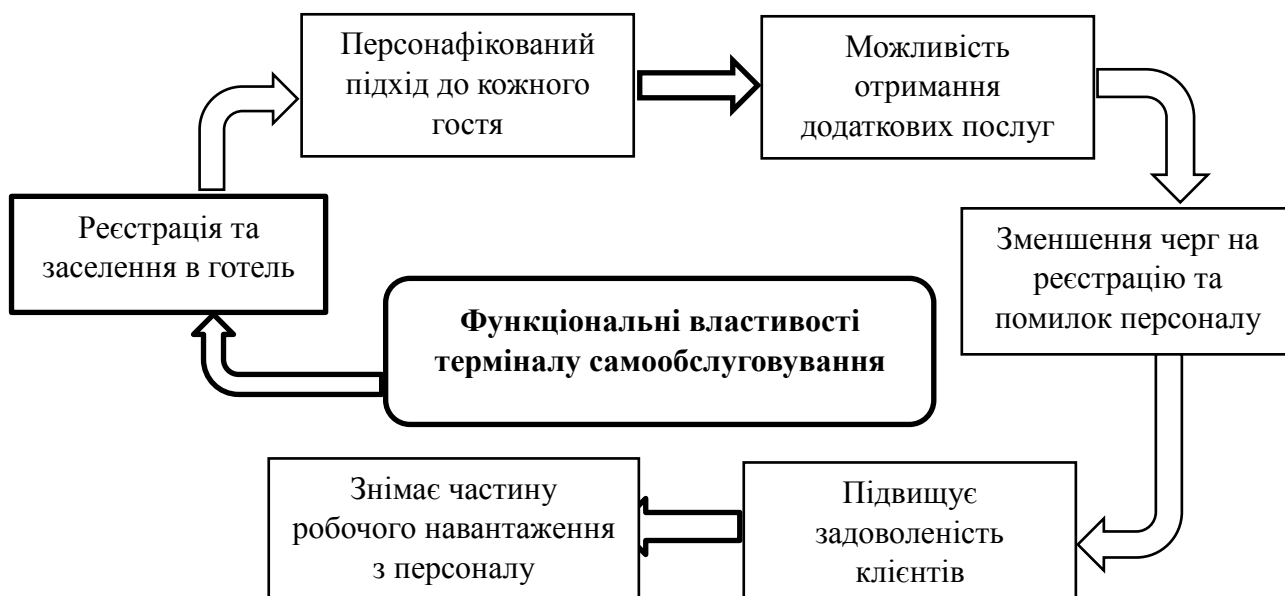


Рис. 1. Функціональні властивості терміналу самообслуговування

Зараз на ринку програмного забезпечення достатньо великий вибір систем самообслуговування для готельних підприємств. У табл.1 розглянемо їх характеристики, вартість та основні можливості інноваційного програмного забезпечення [4].

Таблиця 1

Аналіз систем самообслуговування для готельного підприємства

Система самообслуговування	Характеристика	Вартість, тис. грн.
Mews	Надає можливість заповнювати та підписувати реєстраційні картки, сканувати документи, оплачувати вартість проживання, генерувати власні ключі	61,0
Altitude	За допомогою системи можна згенерувати електронні ключі, відсканувати документи, здійснити платежі, змінити тип номеру, оплатити рахунки (враховуючи витрати за міні-бар або додаткові послуги), обрати спосіб оплати. У процесі роботи з терміналом гостям пропонують підключитися до програми лояльності готелю та залишити відгук про підприємство	66,6
Roommatik	Програмне забезпечення легко інтегрується з будь-якою системою управління підприємством, є можливість змінювати мову, видає ключі при поселенні, автоматизує продаж основних і додаткових послуг готелю.	62,99
Servio HMS	Модуль забезпечує процес реєстрації та поселення в готельне підприємство, сканування документів, оплату послуг, налаштування індивідуального доступу, ведення статистики та звітності.	53,0

З табл. 1 бачимо, що всі досліджені системи мають стандартний набір функцій: інтеграція до загальної системи управління готелем, реєстрація заїзду та виїзду, вибір способу оплати, генерування електронного ключа від номеру, можливість змінити номер, замовлення додаткових послуг, залишити відгук. Також кожна має свої особливості, як інтеграція з різними онлайн платформами, можливість проводити опитування клієнтів, локалізація іноземними мовами.

Робимо висновок, що інноваційна система обслуговування дозволить спростити роботи служби прийому та розміщення, зменшить час очікування гостей, усуне мовні бар'єри, покращить процес обслуговування клієнтів, надасть можливість відвідувачам замовляти додаткові послуги.

Список використаних джерел:

1. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб. За ред. члена-кор. НАН України, д.е.н. проф. Дорогунцова СІ. К.: Ліра-К, 2016. 520 с.
2. Електронний ресепшн, термінали самозаселення URL: <https://selfservice4u.com/seo-elektronnyu-resepshn-terminaly-self-check-in>
3. Прискорюємо процес реєстрації в готелі URL: <https://www.iterator.com.ua/ua/poleznye-materialy/110-319-kiosks-in-hotels>
4. Термінал самообслуговування Self cash register URL: <https://expertsolution.com.ua/uk/terminal-samoobsluzhivaniya-self-cash-register>

Тарас СТЕЦІВКО, 4 курс,
Спеціальність «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Незвещук-Когут Т. С.,
Чернівецький торговельно-економічний
інститут ДТЕУ
м. Чернівці

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

При організації управління розвитком підприємств сфери гостинності важливо враховувати узгодження інтересів держави, власників, персоналу та споживачів послуг. Подальший розвиток підприємств має сприяти задоволенню інтересів усіх зацікавлених сторін. Тому сучасне управління розвитком підприємств сфери гостинності повинно мати ознаки системності та функціонувати як розвиваюча система в умовах конкуренції.

Сучасний ринок ресторанних послуг, зокрема у м. Чернівці, характеризується кардинальними змінами в усіх аспектах управління. Це особливо помітно серед закладів ресторанного господарства, концепція яких зорієнтована на проведення банкетів. Особлива конкурентна боротьба проявляється після всесвітнього карантину та заборони на проведення

різноманітних заходів, а з 2022 року – повномасштабної війни, яка призвела до майже повної відсутності та недоцільності проведення свят, банкетів, корпоративів.

Стара стратегія управління закладами ресторанного господарства відійшла на другий план. Настав час представити нові підходи, які можуть привернути увагу та інтерес споживача до певної пропозиції. Також актуальними стають інноваційні введення, які необхідно впроваджувати, щоб запропонувати нові послуги, нові підходи до обслуговування споживачів, зважаючи на ситуацію в країні, регіоні тощо. Зазначимо, що конкурентні переваги є ключовим фактором у досягненні успіху для більшості підприємств, і особливо важливим є їх значення у ресторанному бізнесі.

Згідно з визначенням М. Портера, конкурентні переваги є унікальними функціями або властивостями підприємства, які дозволяють йому ефективно конкурувати на ринку. Ці переваги можуть бути як матеріальними, так і нематеріальними, базуватись на різних факторах, таких як якість продукту, інноваційність, витрати, лояльність клієнтів тощо.

Система управління конкурентними перевагами може бути розглянута як сукупність взаємопов'язаних функцій, процесів та інструментів, спрямованих на досягнення підприємством своїх стратегічних цілей, покращення його конкурентоспроможності та забезпечення стабільного розвитку.

Для закладів ресторанного господарства система управління конкурентними перевагами може включати такі елементи:

- аналіз конкурентного середовища. Важливим етапом управління конкурентними перевагами є оцінка ринкової ситуації, аналіз стратегій конкурентів, визначення їхніх сильних та слабких сторін. Це дозволяє підприємству адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, своєчасно адаптуватися до нових умов, розробляти та реалізовувати ефективні конкурентні стратегії.

- Внутрішній аналіз. Управління конкурентними перевагами вимагає від підприємства глибокого розуміння своїх внутрішніх ресурсів, потенціалу, організаційної структури та корпоративної культури. Здійснення внутрішнього аналізу допомагає підприємству виявити свої сильні сторони, на які слід спиратися при формуванні конкурентних переваг, а також визначити слабкі місця, які потребують удосконалення та оптимізації.

- Розробка та реалізація стратегії. На основі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства формуються стратегічні цілі, вибираються конкурентні стратегії та розробляються плани їх реалізації. У процесі реалізації стратегії забезпечується систематичний моніторинг виконання планів, коригування заходів та оперативне реагування на зміни у внутрішніх та зовнішніх умовах.

- Мотивація та інновації. Ефективне управління конкурентними перевагами передбачає створення сприятливих умов для мотивації персоналу, стимулювання його креативності та інноваційної активності. Залучення

співробітників до процесу формування та розвитку конкурентних переваг сприяє підвищенню їхньої залученості та відповідальності за досягнення підприємством своїх стратегічних цілей.

- Постійне вдосконалення та навчання. Управління конкурентними перевагами вимагає від закладу ресторанного господарства забезпечення неперервного процесу самовдосконалення, розвитку внутрішніх ресурсів, освоєння нових технологій та бізнес-моделей. Навчання та розвиток персоналу, поширення знань та найкращих практик у всій організації, формування корпоративної культури, спрямованої на неперервне вдосконалення та інновації, є ключовими факторами підтримки та розвитку конкурентних переваг підприємства.

- Моніторинг та контроль. Щоб забезпечити ефективність управління конкурентними перевагами, необхідно систематично контролювати досягнення підприємством своїх стратегічних цілей та оперативно вносити корективи в реалізовані заходи. Використання КРІ (ключові показники ефективності), балансової картки та інших інструментів моніторингу дозволяє оперативно відстежувати стан конкурентних переваг, виявляти можливості для їх розвитку та вживати необхідних заходів щодо їх зміцнення. Отже, управління конкурентними перевагами є важливим елементом успішної діяльності в ресторанній сфері.

- Ефективне управління якістю продукту, обслуговуванням, маркетингом та відносинами з гостями можуть забезпечити збереження конкурентних переваг та успішне функціонування підприємства.

Отже, система управління конкурентними перевагами як комплексний та цілісний підхід дозволяє закладу адекватно реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, формувати та реалізовувати ефективні стратегії, забезпечувати мотивацію та розвиток персоналу, постійно вдосконалювати свої ресурси та процеси. Такий підхід сприяє досягненню закладами своїх стратегічних цілей, підвищенню його конкурентоспроможності та забезпеченню стабільного розвитку на ринку.

Список використаної літератури:

1. Особливості антикризового менеджменту підприємств індустрії гостинності в сучасних умовах / Незвещук-Когут Т. С., Іванчук М. М. / Матеріали науково-практичної конференції Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку. 28-29.10.2022 р. с. 356-360.

2. Ощипок І. М. Розвиток закладів ресторанного господарства на концептуальних засадах інновацій. Підприємництво і торгівля. 2017. Вип. 21. С. 101-105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2017_21_20

Христина КЛЕБАК, 1 курс «магістр»
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук.кер.- Роман Гишук
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ м. Чернівці

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ КАВИ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Кожна ситуація кризи унікальна, проте вона не може зістрибнути від своїх загальних тенденцій, що відображаються у споживчому поведінці. Перш за все, потерпілі споживачі стають більш обережними у своїх рішеннях щодо покупок. Люди з нижчим рівнем доходу віддають перевагу доступнішим товарам, а не розкішним. Потреби споживачів відображаються у піраміді Маслоу: харчування та житло стоять на першому місці, після чого йдуть особиста безпека та соціальна адаптивність. Це пояснює, чому в часи рецесії попит на продукти першої необхідності зростає.

Дослідження McKinsey під час кризи 2008-2009 підтверджує ці тенденції. Чимало споживачів вибирали дешевші товари, при цьому багато з них виявилися задоволені якістю таких товарів. Значна частина споживачів також відмовилася від преміальних товарів та послуг через їхню високу ціну.

Щодо виробництва та споживання продуктів, можна проаналізувати ситуацію з кавою в Україні до та після початку війни. У зв'язку з обмеженнями, накладеними війною, ланцюжки поставок страждають, що призводить до скорочення обсягів імпорту. Це також призводить до спаду споживання кави в Україні. При цьому, виїзд населення з країни ще більше зменшує попит на продукцію.

Усі ці фактори спричиняють серйозні втрати як для економіки, так і для споживачів. Уряд повинен готуватися до подальших викликів, які може принести продовження конфлікту.

На ринку кави у світі відбуваються значні зміни, навіть не дивлячись на воєнну ситуацію в Україні. Протягом останніх 17 місяців індекси цін на каву продовжують зростати. Наприкінці лютого 2022 року індекс CIP (ICO Composite Indicator Price) збільшився на 3,2%, до рівня 210,89 центів за фунт зеленої кави. Хоча на початку війни на біржах у Лондоні та Нью-Йорку відзначився короткочасний спад цін. Протягом декількох тижнів ціни відновили свої позиції. З чотирьох основних видів кавових поставок лише ціни на робусту знизилися на 0,2% у лютому 2022 року.

Росія, яка раніше виробляла близько 20% морського аміаку у світі, відчуває нестачу цього продукту, що впливає на удобрення кавових полів. Обмеження у морській доставці товарів з Росії також впливають на ринок. Хоча деякі фермери можуть підняти ціни на свій урожай на 2-7%, більшість знизять маржу прибутку. Проте підвищення біржових цін на каву у подальшому компенсуватиме ці зміни.

Запаси кави на Нью-Йоркській біржі зменшилися на 22,9% у лютому порівняно з січнем, але на інших біржах спад був меншим – не більш як на 5%. З квітня 2022 року спостерігається тренд на глобальне поповнення запасів, особливо за рахунок збільшення виробництва в Африці. Проте зниження виробництва в Бразилії та інших регіонах у 2021 році вплинуло на світові запаси.

У Бразилії, найбільшій кавовій країні світу, виробництво кави у 2021 році зменшилося на 16,1% через негоди. У інших країнах, таких як Уганда, Ефіопія, В'єтнам, виробництво зросло. Загальне виробництво кави у Південній Америці у 2022 році скоротиться на 7,6%. Загальне постачання кави з різних країн до кінця 2022 року, за відсутності несподіваних обставин, має збалансувати загальний ринок, проте ціни на «арабіку» можуть підвищитися через зменшення виробництва на 7,1%.

Прогнозується, що світове споживання кави до кінця року зросте до 170,3 млн. мішків, що може створити невеликий дефіцит. Однак з урахуванням значного зменшення споживання кави в Україні, дефіциту загалом не передбачається. Споживання кави в Європі, незважаючи на війну, також очікує збільшення своїх темпів.

Отже, Україна відчує значне скорочення кавового ринку через війну, тоді як споживання кави у світі продовжує зростати.

Список використаної літератури:

1. Джонс Лора. Кава: хто вирощує, п'є і платить найбільше. URL: [Кава: хто вирощує, п'є і платить найбільше - BBC News Україна](#)
2. Звіт ICO (Міжнародна організація кави) про стан ринку кави за березень 2022 року. URL: <http://surl.li/sciui>

Галина ФЕРБЕЙ, 4 курс,
спеціальність 071 «Облік і оподаткування»
наук. кер. – Маначинська Ю. А.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Розвиток готельного бізнесу в Україні має велике значення з кількох ключових причин. По-перше, туризм є важливою складовою економіки країни, а готельний бізнес є основним компонентом інфраструктури для туристів. Інвестування у готельний сектор стимулює розвиток інших галузей, таких як ресторанний бізнес, місцевий ринок праці та місцеві послуги.

По-друге, розвиток готельного сектору підвищує конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку.

Якісні готелі зі своєю інфраструктурою та послугами привертають більше іноземних туристів, що сприяє зростанню економіки та створює нові робочі місця.

По-третє, розвиток готельного бізнесу сприяє покращенню інфраструктури та підвищенню рівня обслуговування в країні. Збільшення кількості готелів стимулює підвищення якості послуг, інновації та вдосконалення інфраструктури.

Крім того, готельний бізнес може стати джерелом додаткового доходу для місцевого населення через працевлаштування та сприяти розвитку місцевої культури та традицій шляхом пропаганди місцевих продуктів та ремесел.

Отже, розвиток готельного бізнесу в Україні має стратегічне значення як для економічного зростання, так і для підвищення міжнародного престижу країни. Водночас стимулювання ефективності функціонування готельного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану вимагає впровадження специфічних економічних засад, орієнтованих на забезпечення стійкості та ефективності у динамічному та нестабільному середовищі.

Побудова цілісної обліково-аналітичної системи сприяє комплексному управлінню діяльністю готелю, по створенню єдиної інформаційної платформи, що підтримує процес прийняття управлінських рішень в сфері готельних послуг [1].

Перш за все, необхідно враховувати потенційні втрати, пов'язані зі зменшенням туристичного потоку та зростанням ризиків для безпеки. Така ситуація може призвести до зниження обсягів продажу номерів та послуг, а також до необхідності збільшення витрат на забезпечення безпеки гостей та працівників [2].

У цих умовах важливо акцентувати увагу на гнучкості фінансових стратегій, зокрема, розробці альтернативних сценаріїв фінансового планування, що дозволить швидко адаптуватися до змін у політичному та економічному середовищі. Наприклад, готелі можуть розвивати маркетингові кампанії, спрямовані на місцевих мешканців або на специфічні сегменти ринку, такі як бізнес-туристи або делегації міжнародних організацій.

Крім того, важливо забезпечити ефективне управління ресурсами та оптимізувати витрати. Це може включати в себе перегляд контрактів з постачальниками, зменшення витрат на маркетинг та рекламу, а також оптимізацію робочої сили через програми звільнень або скорочення робочого часу [3].

Умови воєнного стану також можуть впливати на інвестиційну привабливість готельного бізнесу, що вимагає ретельного аналізу ризиків та розробки стратегій залучення капіталу. Готелі можуть розглядати альтернативні джерела фінансування, такі як державні програми або інвестиції з боку міжнародних організацій.

До того ж, потрібно активно працювати над збільшенням рівня гнучкості та адаптивності управлінських процесів [1]. Це може включати в

себе регулярний аналіз ринкових тенденцій та швидку реакцію на них, а також постійну оцінку ефективності рекламних кампаній та маркетингових стратегій для максимізації впливу на цільові аудиторії.

Надзвичайно важливим в умовах воєнного стану є підтримка психологічного комфорту гостей. Готелі можуть впроваджувати програми підтримки та розваг для гостей, спрямовані на зменшення стресу та підвищення загального самопочуття. Такі програми можуть включати в себе різноманітні культурні заходи, фітнес-центри, медитаційні практики та інші способи релаксації.

З огляду на потенційні обмеження щодо доступу до деяких ресурсів через воєнний стан, готелі мають бути готові до використання альтернативних джерел енергії та постачання [2]. Це може включати в себе перехід до більш екологічно чистих джерел енергії, таких як сонячні панелі або вітроенергетика, а також розробку стратегій збереження та ефективного використання енергоресурсів.

Загалом, успішний розвиток готельного бізнесу в умовах воєнного стану потребує комплексного підходу, який враховує нестабільність у політичному та економічному середовищі, а також забезпечує стійкість та ефективність діяльності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Маначинська Ю. А. Облік і аналіз фінансових результатів в готельному господарстві : монографія. Чернівці : ЧТЕІ ДТЕУ, 2014. 431 с.
2. Безручко Л., Білоус С., Філь. М. Готельне господарство України в умовах війни: Сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. 2023. №43. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145/2074> (дата звернення: 26.04.2024).
3. Румянцева І. Б., Мендела І. Я. Готельна індустрія України в умовах воєнного часу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. URL : <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-11-12-02/2024-11-12-02> (дата звернення: 26.04.2024).

Міряна ЗЕЛЕНА, 2 курс,
спеціальність 181 «Харчові технології»
наук. кер. – Зелена О.О., голова циклової
комісії готельно-ресторанного сервісу та
туризму, викладач спецдисциплін
ВСП «Бурштинський торговельно-
економічний фаховий коледж ДТЕУ»
М.Бурштин

ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

На сьогоднішній день, день воєнного часу, день сучасної економіки та науково-технологічного прогресу інновації в готельному бізнесі, як ніколи, відіграють одну з головних ролей у високо конкурентній боротьбі за кожного клієнта. Впровадження новітніх технологій готельного бізнесу дає змогу готельерам значно підвищити рівень свого господарства, знайти нові резерви для підвищення якості обслуговування, ефективної охорони номерів та майна, надання нових послуг, таких як безпеки життя, що на цей час є найбільш актуальним та затребуваним.

Індустрія світової гостинності протягом останніх років впевнено утримує місце першості, так як популярність є і у великих інвесторах, так і у дрібних і навіть початківців-підприємців. Головною особливістю готельного бізнесу є його зростання, навіть якщо відбувається якась економічна криза. В супереч цьому більшість клієнтів середнього класу в усьому світі не відмовляє собі в подорожах під час літніх і різдвяних канікул. Ці основні тренди і визначають перспективи готельного бізнесу, як розвиток існуючого готельного господарства та освоєння нових сегментів.

Раніше готельна сфера була орієнтована на туристів, які диктували готелям умови, так сьогодні велика ставка робиться на представників бізнесу- як великого, так і дрібного. Їхні вимоги до комфортного розміщення на порядок вище, ніж у туристів, адже готель для ділової людини – це не тільки місце проживання, а й місце роботи. Сучасні готелі все частіше пропонують гостям організацію бізнес-конгресів, спеціальні зали для проведення прес-конференцій, конференц-зали, лобі-бари, або ж звичайні вестибюлі, де є можливість організувати брейк-каву. Також важливим аспектом готелів, що пропонують ряд послуг для ділових людей є зручне місце розташування, в плані транспортного зв'язку.

Не менш важливим є розміщенням у готелях фітнес-центрів, спра-салонів, басейнів та найрізноманітніші процедури догляду за тілом. В пошуку сучасних тенденцій здорового харчування створюються додаткові та навіть основні меню з повним переліком страв та страв дієтичного харчування. Також з великою увагою відносяться до інтер'єру, температурного режиму та

наявністю тих чи інших предметів необхідності, з урахуванням культури відвідувача. Особлива увага гостей спрямована на крамниці при готелі, з ексклюзивними товарами, брендами та новинками. Тенденцією й надалі залишається створення бутік готелів, для відтворення креативного образу готелю, що дає змогу оформити кожен номер унікально. Привабливим залишається й те, що бутік готель має свою неповторну історію, яка наштовхнула творців готелю на його спорудження та оформлення, звичайно ж ця історія відображена в загальному стилістичному вирішенні і знаходить відгомін навіть у меню, яке пропонується гостям. Обмежена кількість номерів, строга політика конфіденційності, високий рівень обслуговування та безпеки, почуття комфорту та оригінальність дизайну надає популярності даному закладу.

Сьогодні вже використовуються сучасні автоматизовані системи для організації безпеки у готелях та ресторанах, управління інженерною інфраструктурою, складським господарством тощо, що дозволяє не тільки упорядкувати процес управління, але і раціонально використовувати всі наявні ресурси. Серед технічних інноваційних технологій впроваджуються «людиноподібні роботи», які створили японські вчені для зменшення впливу людських почуттів на якість організації роботи готелів і ресторанів. Це дає можливість швидкого вирішення проблем з масовим скупченням людей, що дозволяє продуктивно організувати роботу готелю.

Отже, в умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяють динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства.

Готельно-ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем насичення інформації і його успіх безпосередньо залежить від швидкості передачі й обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу передбачає широке використання новітніх інформаційних технологій як в сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок.

Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств ресторанного та готельного господарства свідчить, що безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів та ресторанів до інновацій та нововведень. Адже інновація має чітку орієнтацію на кінцевий результат прикладного характеру, вона завжди повинна розглядатися як складний процес, який забезпечує певний технічний і соціально-економічний ефект.

Однак, попри всі інноваційні підходи, сучасні дизайни та новаторські втілення, головним питанням на сьогоднішній день є безпека туристів під час перебування в готельно-ресторанному господарстві. Тому ставляться особливі вимоги до проектування готелів в умовах воєнної загрози, створення укриттів та їх облаштування згідно вимог.

Список використаних джерел:

1. Бурий С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С.А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 5, Т.2. – С.188 – 192.
2. Портал готельного та ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/>
3. Черномазюк А. Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу / А. Г. Черномазюк // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 5, Т. 2. – С. 252 – 255.

Любомир АНДРОНИК, 4 курс,
спеціальність 073 Менеджмент (Готельно-ресторанний менеджмент)
наук. кер. – Круглянко А. В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Аналіз останніх наукових праць, присвячених проблематиці ефективності управління в умовах кризи, беззаперечно доводить її надзвичайну важливість і нагальність. При цьому, дану тему необхідно досліджувати не тільки в контексті теоретичних здобутків, а й з урахуванням актуальних викликів сучасності. Насамперед, це пов'язано зі специфікою соціально-економічної ситуації, що склалася в нашій державі в умовах військових дій, запровадження воєнного стану та стрімкого економічного спаду. До найбільших викликів воєнного часу можемо віднести стан туристичної галузі та особливості управління її суб'єктами. Іншими словами успіх комерційних структур як в Україні, так і за кордоном все більше залежить від ефективності управлінських команд. Це обумовлено, перш за все, прискореною динамікою зовнішнього середовища, в якому функціонують компанії, а також зростаючим значенням інноваційного внеску співробітників у розвиток бізнесу.

Виявлення ключових аспектів формування ефективних управлінських команд, впровадження методів підвищення ефективності командної роботи та розробка спеціалізованих методик набувають великого значення для сучасної української бізнес-практики.

Ключовим фактором успішного функціонування підприємства в умовах конкуренції є процес визначення, оцінки та забезпечення ефективності системи менеджменту. Це необхідно для формування нових цілей, принципів і методів господарювання, що дозволять задовольнити нові потреби споживачів і вимоги ринку. Оцінка ефективності системи менеджменту підприємства включає процес збору та аналізу інформації, яка служить основою для прийняття управлінських рішень з метою визначення стратегічних, тактичних і оперативних цілей [1].

Методи оцінки ефективності менеджменту можуть варіюватися в залежності від конкретних потреб і завдань підприємства. Одним із найбільш поширених методів є балансовий підхід, що дозволяє оцінювати ефективність управління на основі фінансових показників. Іншим важливим методом є аналіз ключових показників продуктивності (KPI), який вимірює результативність роботи підприємства за допомогою конкретних показників, таких як прибуток, обіг, вартість продукції тощо.

У вітчизняній науковій літературі існують різні методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємств. Розглянемо окремі з них.

К. В. Сухарева та А. А. Колодьянова [2] запропонували «багатокутний ефективності підприємства» – комплексний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємства з використанням інтегральних показників, що об'єднують десятки показників за вісьмома напрямками

Для будь-якої оцінки, насамперед, потрібен певний критерій. Під критерієм ефективності зазвичай розуміється міра пізнання сутності ефективності, за якою роблять її кількісну оцінку [3], або категорія, яка вказує на підстави для оцінки ефективності та є її мірилом [4]. Утім, критерії оцінки ефективності не завжди вибираються відповідно до оцінюваної категорії.

Так, серед українських науковців популярним є багатокритеріальний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємства. Його прихильники [5] відносять до критеріїв ефективності щодо діяльності підприємства безліч характеристик та показників, зокрема: продуктивність, інноваційність, якість, економічність, прибутковість, дієвість, ринкові позиції тощо. Прикриваючись багатоаспектністю та багатогранністю діяльності підприємства, вони певним чином уводять в оману читачів та запроваджують безліч критеріїв, які здебільшого не мають відношення до ефективності або навіть протирічать один одному. Зокрема, якість та економічність є частіше протилежними категоріями, оскільки висока економічність, скоріше за все, виключає досягнення високої якості продукції, і навпаки. Крім того, такий багатокритеріальний підхід ускладнює процес оцінювання ефективності та робить його результати важко інтерпретованими. Це, як і у випадку з «багатокутником ефективності підприємства», унеможлиблює досягнення мети оцінювання ефективності та робить таку оцінку недоречною, особливо в умовах обмеженості ресурсів.

На нашу думку, є дискусійним питання, що має бути основним критерієм оцінки ефективності діяльності підприємства. Утім, для її адекватного сприйняття та можливості співставлення з іншими підприємствами (конкурентами) чи періодами роботи необхідно розробити відповідні показники, що стане предметом наших подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Місько Г. А. Сутність поняття результативність та ефективність в менеджменті. м. Одеса, 2022. С. 97-102.
2. Сухарева К. В., Колодьянова А. А. Оцінка ефективності діяльності підприємства: теоретико-методологічний підхід. Економічний форум. 2016. №. 1. С. 241–245.
3. Гончарук А. Г. Формування механізму управління ефективністю підприємства (на прикладі харчової промисловості) : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Одеса, 2010. 474 с.
4. Косянчук Т. Ф., Кучма С. В. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства за сучасних умов. Вісник

Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 3. Т. 3. С. 113–116.

5. Богацька Н. М., Дуржинська А. Ю. Критерії ефективності діяльності підприємства. Ключові аспекти наукової діяльності : I Міжнар. наук. Інтернет-конф. 2010. URL : http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Economics/10_54764.doc.htm.

Сергій Боднарюк, 4 курс,
спеціальність 073 «Управління бізнесом»
наук. кер. – Валерія Пенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

Роздрібні мережі є ключовим компонентом маркетингових каналів. Якщо першою умовою розвитку роздрібною торгівлі є наявність товарів і послуг, що відповідають запитам покупців за різноманітністю, якістю та ціною, то другою, не менш важливою умовою, є наявність високоякісної продукції з новітнім обладнанням.

Торгова мережа – це горизонтальне об'єднання торгівлі в роздрібне або дрібнооптове підприємство (відділи, підрозділи, торгові точки). Торгова мережа – це горизонтальна інтеграція торговельних об'єктів (компаній, структурних одиниць, підрозділів) з єдиним адміністративним центром [1].

Найпоширенішими представниками мережевих роздрібних магазинів є супермаркети, які пропонують широкий асортимент товарів першої необхідності, в основному в продуктовому асортименті, і найбільший тип – гіпермаркети, які представляють динамічний сегмент роздрібною торгівлі і зазвичай розташовані далеко розташовані в житловому районі.

Електронна комерція в Україні й надалі активно розвиватиметься, оскільки покупці можуть обирати товари за доступними цінами, не виходячи з дому, а ритейлери зможуть орендувати та обслуговувати торгові площі. Україна має великий потенціал для зростання електронної комерції, оскільки наразі українці купують лише 3% товарів онлайн, а решту – у традиційних магазинах і на ринках [2].

На розвиток роздрібною мережі (її потреби, структурну та регіональну організацію) впливають різні фактори. Основними факторами є: життєвий цикл споживача, кількість споживачів, рівень освіти, культура та спосіб життя тощо).

На зміну формату «делікатеси» прийшли формати «дискаунтер» і «біля дому», а також «моллс» (багатофункціональні торгові комплекси) є невід'ємною частиною великих міст і однією з найпоширеніших форм організації міського торгового простору. Торговельні мережі досягають вищих економічних результатів порівняно з незалежними торговими

компаніями за рахунок зниження питомих витрат кожної бізнес-одиниці та досягнення синергії за рахунок специфічних функцій управління та концентрації діяльності.

Одним із важливих складових управління торговельними мережами сьогодні є власний бренд (ТМ) торговельної мережі, яка створюється і розвивається спільними зусиллями роздрібних торговців і постачальників. У той же час різні заходи брендингу створюють довгострокові зв'язки та лояльність до ТМ серед споживачів. Не можна недооцінювати важливість брендингу роздрібною мережі або її суббрендів.

Основною стратегічною метою роздрібною бренду є збільшення капіталу як ТМ, так і бренду в роздрібній мережі. У сучасному бізнес-середовищі роздрібні торговці повинні звернути увагу на ефективний розподіл коштів між своїми точками продажу, щоб збільшити частку ринку та загальну вартість портфеля.

Використання ТМ набуває все більшого поширення на ринку України. Вітчизняна мережа «АТБ-Маркет» і міжнародні мережі «Фуршет» і «Metro С&С» першими в Україні пішли на цей крок. Основними перевагами приватної марки для роздрібних мереж це введення додаткових торгових марок, що підвищує цінність роздрібною мережі, та дозволяє роздрібній мережі швидко реагувати на зміни попиту.

Можливість відслідковувати та швидко реагувати на зміни смаків та уподобань споживачів є важливою складовою брендування торговельної мережі. Основними перевагами ТМ для споживачів є: унікальність товарів, що продаються в конкретній мережі, і можливість придбати товари за нижчими цінами, ціною та відповідної якості порівняно з продукцією відомих брендів.

Дуже важливо чітко позиціонувати ТМ у портфолію та у свідомості покупця. Щоб спростити керування портфолію ТМ, слід обирати між стратегіями сегментації за ціною, категорією продукту або перевагами покупки.

1. Сегментація за ціною. Такий підхід дозволяє виділити в своєму портфолію як мінімум два або навіть три банкомати, які активно продають в різних сегментах (низький, середній та високий).

2. Сегментація за товарними категоріями. У цьому випадку роздрібні продавці рекламують власні ТМ у кожній товарній категорії. Це дає споживачам унікальну асоціацію з вашим брендом і перевагами, які компанія пропонує клієнтам цієї категорії. Цей тип сегментації використовується, коли немає очевидного зв'язку між іміджем торгової марки та рекламованою категорією товару.

3. Сегментація за перевагами придбання товару. Ця стратегія дає можливість створювати бренди на основі конкретних потреб покупців, незалежно від ціни та категорії ритейлера, які активно просувають свою продукцію під ТМ, використовуючи знижки та рекламні повідомлення.

Отже, в результаті дослідження, незважаючи на нестабільну економічну ситуацію, яка є тіньовим чинником нашої економіки, галузь роздрібною торгівлі продовжує активно розвиватися і не тільки нарощує власні прибутки, але й є галуззю, яка підтримує нашу економіку. Для зміцнення власних позицій, утримання існуючих клієнтів, залучення нових клієнтів і збільшення власного прибутку всі підприємства роздрібною торгівлі повинні використовувати максимально комплексний комплекс заходів, в т.ч. брендування та створення власної торгової марки і враховувати вимоги до формату торговельної мережі.

Список використаних джерел:

1. Безпалько І.Р. Торгові мережі: основи функціонування, управління та розвитку URL: <https://v.gd/sx6prc> (дата звернення 25.05.2024)
2. Конкурентні переваги екологічної торгівлі в міських і сільських територіях України та США. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/70_2021/21.pdf

Даяна-Марія Ботезат,
4 курс спеціальність , 073 «Менеджмент»
Наталія ШУПРУДЬКО, к.е.н., доцент
ЧТЕІ ДТЕУ, м. Чернівці

КОМУНІКАЦІЯ В ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТА ЇЇ ФУНКЦІЇ

На сьогодні управління є діяльністю, спрямованою на координацію роботи інших людей колективів, відповідно вони формують складну систему. Виклики сучасності пов'язані з запровадженням цифрових технологій, нових підходів у політиці реклами. Важкий відбиток на всіх процесах є військова агресія росії на Україну, дуже багато бізнесових одиниць були релаксовані, інші припинили своє існування. Важко повірити, що у 21 столітті є такі жакливі терористичні країни. На сьогодні існує дуже велика потреба у людських ресурсах різних професій, тому керівнику потрібно берегти свої колективи.

Процеси менеджменту виникають там, де потрібно узгоджувати дії працівників двох і більше. Спочатку формується, відтак створюють механізми керівництва людьми, з яких складається вона. Сама організація не є простою як деякі вважають. Тож організацію можна розглядати, як спільне об'єднання людей, діяльність яких зосереджена на реалізацію встановлених програм на основі певних правил і процедур. За твердженням науковців «організація має свої входи і виходи. В середині неї відбувається трансформація входів в виходи.

Організація має свої межі, вона живе в навколишньому її середовищі, що впливає на неї». Організація – це ціле, складене з взаємодіючих частин для досягнення однієї загальної цілі» [1, с.43]. На практиці організація, як

процес здійснюється людьми. Вона сформувалася у величезний самостійний об'єкт. У цьому процесі виокремлюється окрема група працівників, які формують та працюють з питаннями щодо організації праці персоналу та управління підприємством загалом. Використання організаційних методів дає можливість формувати основи організаційних процесів, а вони представлені в законах організації.

Для ефективного функціонування сучасних підприємств необхідні, перш за все, досконалі внутрішні зв'язки. Об'єднання різних частин підприємства в єдине ціле забезпечується організаційною функцією менеджменту. Системний підхід у менеджменті розглядає організацію, як множину взаємозв'язаних і певним чином упорядкованих компонентів, що забезпечує цілісність організації та її стосунки із зовнішнім середовищем[2, с.165].

Маємо звернути увагу керівника підприємства на те, що для успішної організації потрібно розглядати ряд елементів, а саме здатність до практичної реалізації управлінських рішень, що приймаються, оскільки через такий елемент можна побачити професійність як команди так і керівника. Наступний елемент є здатність до саморозвитку в умовах зміни оточуючого середовища, так, зміни відбуваються постійно, оскільки ми перебуваємо в умовах постійних змін, в умовах воєнного стану. Також, вміння ефективно використовувати внутрішні та залучати зовнішні ресурси буде мати відбиток на можливості навчання своєї команди, самого керівника. Відповідно це посприятиме правильним шляхом проводити удосконалення системи управління організацією. Тож, використання зазначених елементів дасть можливість забезпечити успішну діяльність підприємства. Любий бізнес вбачає одержання позитивного прибуткового результату, досягнення певного соціального ефекту, створення певних робочих місць.

Список використаних джерел

1. Менеджмент : навч. посіб. Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2021. – 231 с.
2. Михайлов С.І. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 536с.

Юрій ГОМОЛЬСЬКИЙ, 3 курс,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
наук. кер. – Дрінь І. І.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МАРКЕТИНГ І ЙОГО МОЖЛИВОСТІ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Орієнтація на клієнта, його інтереси і потреби - основний принцип

маркетингу. Визначення розміру попиту на товар, який виражається у величині обсягів продажу даного товару і частки, яку він займає на ринку є основною метою маркетингу. Особливо в умовах воєнного стану він є основною невід'ємною частиною антикризового управління та здебільшого визначає стратегію підприємства, обсяги виробництва і випуску продукції, його цінову політику, розширення асортименту. В кризовий період важливо розробити ефективну антикризову стратегію, і маркетингові дослідження стають засобом діагностики ринкових можливостей і позицій підприємства, його сильних і слабких сторін.

Маркетинговий процес і фактори, що його визначають, можна поділити на кілька етапів.

Етап 1. Найперше треба провести маркетинговий аналіз і вибрати цільових споживачів, яких підприємство може обслуговувати ефективніше ніж конкуренти. Для цього треба:

- 1) провести кількісну оцінку попиту на товар та його прогноз;
- 2) провести сегментацію ринку;
- 3) визначити конкурентні переваги товару в умовах воєнного стану;
- 4) провести детальний відбір цільових сегментів;
- 5) позиціонування товару на ринку в умовах воєнного стану;
- 6) аналізувати слабкі і сильні позиції конкурентних товарів з врахуванням умов воєнного стану.

Етап 2. Розробка маркетингової стратегії в умовах воєнного стану.

Етап 3. Використання сукупності маркетингових інструментів, що є маркетинговим комплексом в умовах воєнного стану і використовується для отримання бажаної реакції цільового ринку.

Етап 4. Використовуючи усі елементи, що є в загальному плані розвитку підприємства, розробляється детальний план маркетингу для кожного напрямку діяльності, для кожного товару або торгової марки.

Етап 5. Основним етапом є реалізація маркетингових заходів, враховуючи умови воєнного стану, успіх якої залежить від: 1) програми дій; 2) організаційної структури; 3) системи сприйняття рішень; 4) мотивації персоналу; 5) культури підприємства.

Особливо треба зауважити, що концепція превентивного маркетингу вимагає використання особливих інструментів також під час стабільного функціонування і розвитку підприємства. Треба постійно працювати з клієнтами – шукати нових та утримати наявних, створюючи позитивний образ підприємства, підвищувати лояльність клієнтів, прогнозувати їх потреби (в умовах воєнного стану) і поведінку.

Місце маркетингу в системі антикризового управління у вигляді рисунка [1, с.159].



Для даної праці використано [1, с.158-162] і наведено там літературу [2-4].

Головним нематеріальним активом є бренд [3] і його зміст змінюється залежно від того, чи будуть його оцінювати з позиції підприємства (як засіб диференціації та позиціонування, інструмент забезпечення конкурентоспроможності та джерело доданої вартості) або з позиції споживача (як найвищу споживчу цінність, за яку покупець готовий платити гроші).

Наступним інструментом, що дозволяє побудувати довгострокові відносини з клієнтом, є лояльність. У зарубіжній і вітчизняній літературі єдино вірного й однозначного визначення лояльності не існує. Одні мають на увазі під цим терміном емоційне ставлення покупця до бренду, інші вважають, що сутність лояльності криється в поведінковій характеристиці, а саме в акті повторної покупки товару. Створення стійкої прихильності у покупців необхідної для успішного і стабільного здійснення діяльності.

Превентивний маркетинг повинен передбачати і створювати потреби, а не підлаштовуватися під уже наявні. Для цього необхідна налагоджена система комунікацій, що дозволяє впливати на споживача або ринок в цілому і отримувати зворотний зв'язок. Антикризовий план є ефективним і необхідним інструментом превентивного маркетингу, оскільки містить

сценарії, інструкції а альтернативні стратегії, всебічний аудит, оцінку слабких місць підприємства, конкретні дії щодо попередження та виведення підприємства з кризи, а також чітко закріплює повноваження за кожним співробітником і служить основою для виходу підприємства з кризи.

Як і будь-який інший цінний ресурс, інформація вимагає контролю і систематизації. Маркетингова інформаційна система (МІС) – це комплекс заходів й інструментів, спрямованих на вирішення проблем щодо координації маркетингової стратегії управління підприємством.

МІС включає в себе чотири основних елементи: систему внутрішньої звітності; систему маркетингової розвідки; систему маркетингового дослідження; систему забезпечення маркетингових рішень.

Новий інструмент отримав назву СПІР (система підтримки прийняття рішень), яка включає в себе апаратне забезпечення, систему зв'язку, базу моделей, шаблонів, програмного забезпечення і даних, за допомогою яких збирається і аналізується інформація, необхідна для прийняття рішень.

Традиційні маркетингові інструменти (сегментування, позиціонування, маркетингові дослідження, SWOT-аналіз) застосовуються всіма підприємствами в період рецесії дуже інтенсивно. Отже, щоб стабільно функціонувати, необхідно або користуватися ними більш оперативно, або почати використовувати нові методи стабілізації.

Список використаних джерел:

1. С. Т. Пілецька, С. В. Петровська. Інструменти маркетингу в антикризовому управлінні doi: 10.12958/1817-3772-2020-2(60)-158-164
2. О. В. Ареф'єва, Ю. В. Прохорова. Антикризове фінансове управління підприємством: монографія. Львів: Укр. Акад. друкарства, 2011. 249 с.
3. Ю. С. Шембель. Прогнозування кризового стану підприємства й обґрунтування комплексу заходів антикризового управління. Дніпропетровськ: НМАУ, 2012. 188 с.
4. Маркетинг вражень – ефективний спосіб просування. URL: <https://pro-biznes.com.ua/reklamnij-biznes/marketing-vrazhen-efektivnij-sposib-prosuvania>, html

спеціальність «Менеджмент»
наук. кер.- Урсакій Ю.А.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Війна, яка спричинила кризу в країні, та у зв'язку з цим недостатнє опрацювання в даний час обґрунтованої довгострокової макроекономічної політики держави істотно ускладнює формування підприємствами і державними органами довгострокової ринкової стратегії.

Стратегічне управління на підприємстві являє собою набір дій і рішень, ужитих керівництвом, які ведуть до розроблення специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти йому досягти своїх цілей. Стратегічне управління - це управління, у центрі якого стоїть стратегічний вибір, що сприяє ухваленню та здійсненню стратегічних рішень. Процес стратегічного управління є інструментом, що допомагає в ухваленні управлінських рішень. Його завдання - забезпечити нововведення і зміни в діяльності підприємства достатньою мірою. У розв'язанні стратегічних завдань підприємства стратегічне управління відіграє ключову роль, під ним розуміють процес розроблення та підтримання стратегічної рівноваги між цілями і можливостями організації в мінливих ринкових умовах. Мета стратегічного управління - визначити найперспективніші напрями діяльності підприємства, що забезпечують його вдосконалення та розвиток. За кордоном цей термін було запроваджено, щоб відрізнити дане поняття від довгострокового планування та відобразити відмінність планування, яке здійснюють на рівні управління підприємством загалом або його самостійних господарських одиниць, від планування на нижчих рівнях управління [1, с. 88].

Предметом стратегічного управління є:

- проблеми, які прямо пов'язані з генеральними цілями організації;
- проблеми та рішення, пов'язані з будь-яким елементом організації, який необхідний для вирішення завдань з досягнення цілей;
- проблеми, пов'язані із зовнішніми факторами, які є неконтрольованими.

Стратегічне управління виражається в таких п'яти функціях: планування стратегії; виконання стратегічних планів; координація дій з реалізації стратегічних завдань; мотивація досягнення стратегічних рішень; контроль процесу виконання стратегії.

Таким чином, стратегічне управління - це плановий процес створення і підтримання стратегічної відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями і шансами на успіх у ринковій діяльності. В основу розроблення стратегічних планів береться аналіз перспектив розвитку

підприємства за певних припущень про зміну зовнішнього середовища, в якому воно функціонує. Найважливішим елементом цього аналізу є визначення позицій підприємства в конкурентній боротьбі за ринки збуту своєї продукції.

На основі такого аналізу формуються цілі розвитку підприємства та обираються стратегії їх досягнення. Якщо довгостроковий і річний плани підприємства передбачають планування обраних напрямів розвитку, то в рамках стратегічного управління вирішуються питання про те, які нові напрями слід розвивати, а які з наявних - ліквідувати. Стратегічне управління спрямоване на адаптацію діяльності підприємства до постійно мінливих умов зовнішнього середовища і на отримання вигод із нових можливостей [2].

Слід виділити чотири основні завдання розроблення стратегічного плану підприємства [3;4]:

- аналіз стану, в якому перебуває підприємство в даний час (визначення ключових чинників навколишнього середовища, економічних, комерційних, науково-технічних та інших тенденцій розвитку підприємства);
- визначення основних цілей і завдань розвитку підприємства з точки зору ефективного використання капіталу і забезпечення окупності інвестицій;
- визначення стратегії мобілізації ресурсів підприємства для досягнення основних цілей і завдань його розвитку;
- розроблення цільових планів і програм як розвитку підприємства та його структурних підрозділів, так і створення нових товарів (продуктів, послуг).

Ці чотири завдання зумовлюють логічну послідовність формування стратегічного управління підприємством у цілому.

Отже, стратегічне управління на підприємстві виступає засобом досягнення його цілей. Таке управління - набір дій і рішень, ухвалених керівництвом, що забезпечують розроблення специфічних стратегій, щоб допомогти підприємству досягти його глобальних цілей.

Список використаних джерел:

1. Кушлик О.Ю. Стратегічне управління : навчальний посібник / Міністерство освіти і науки України, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Кафедра менеджменту і адміністрування. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 235 с.
2. Чухрай Н. І. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : підручник; Міністерство освіти і науки України, Національний університет «Львівська політехніка». Львів : Львівська політехніка, 2015. 497 с.
3. Стратегічне управління: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / [О.М. Тищенко [та ін.] ; Міністерство освіти і науки України]. Львів : Львівська політехніка, 2018. 235 с.

науки України, Нац. фармацевтичний університет, Харківський нац. автомобільно-дорожній університет. Харків : ХНАДУ, 2016. 252 с.

4. Kormakova, I., Kruhlyanko, A., Peniuk, V., Ursakii, Y., & Verstiak, O. Actual Strategies for Businesses Penetrating Foreign Markets in the Modern Economy: Globalisation Aspect. International Journal of Professional Business Review, 8(5), 2023. Pe02148.

Анастасія ДЕМ'ЯНИЦА, 4 курс,
Спеціальність 073 «Менеджмент»
наук. кер. – Королюк Ю.Г.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОЦІНКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Якщо при прийнятті бізнес-рішень керівник підприємства не передбачив змін у майбутніх стандартах конкурентоспроможності продукції та змінах у складових зовнішнього та внутрішнього середовища, то завтра таке підприємство може збанкрутувати. Таким чином, непродумані управлінські рішення призведуть до значних майбутніх втрат, оскільки вони будуть реалізовані та відтворені на більш пізніх етапах життєвого циклу підприємства.

Керівник підприємства щоденно стикається з низкою проблем, і, оскільки у нього є певний досвід, він майже автоматично приймає рішення щодо їх вирішення. Однак є ситуації, які змушують розробляти алгоритми дій до цього не реалізовуваних. Останнє вкрай актуально за умов сьогоденної економічної невизначеності національної економіки. Приймаючи нові рішення керівник повинен уміти оцінювати їх ефективність і дієвість, що обумовлює актуальність проведеного дослідження.

Процес прийняття правильних бізнес-рішень є розділом мистецтва менеджменту. Здатність брати відповідальність за рішення або інтуїтивне відчуття того, чи рішення є розумним, набувають менеджери, які накопичили досвід, який вдосконалюється протягом життя. Сукупність знань і навичок представляє здібності кожного менеджера, і залежно від рівня керівника визначається, чи є керівник менеджером, робота якого принесе користь компанії.

Серед сучасних методів прийняття рішень варто виділити: «звичку та досвід», «обачливість та інтуїцію», «техніку мислення», «експерименти або тести», які базуються на особистих здібностях керівника та здатності аналізувати завдання, «стандартні операційні процедури» та «організаційні структури», характерні для більш формалізованих організацій. Найпопулярнішим сучасним методом прийняття рішень є метод SERVO,

який аналізує взаємозв'язки між стратегіями, середовищами, ресурсами, цінностями та організаціями та дозволяє візуально представити різні альтернативні варіанти. Також широко використовуються методи моделювання, популярною моделлю є CANVAS, яка підходить менеджерам для створення нових бізнес-процесів або вдосконалення існуючих бізнес-процесів на підприємстві [1].

Ефективність бізнес-рішень залежить від рівня виробництва та контролю в організації, бізнес-групі, галузі, регіоні чи країні. Удосконалюючи організаційну структуру, потрібно враховувати багато факторів, які впливають на її якість, зокрема: цілі розвитку підприємства, масштаби економічної та соціальної діяльності, можливості підприємства на основі його ресурсів, деталі управління підприємством та існуюча структура управління. Удосконалюючи організаційну структуру, важливо розуміти, що вона впливає не лише на прийняття стратегічних рішень, але й на всі процеси вашої компанії, включаючи виробництво, фінанси, розподіл, продажі та людські ресурси. Ефективна структура управління сприяє успіху компанії, але тільки за умови врахування рівня розвитку компанії, рівня розвитку її продуктивних сил і дотримання економічних законів [2].

З іншого боку, слід обдуманно приймати такі рішення, які матимуть суттєвий економічний чи соціальний вплив на велику частину працівників компанії. З метою підвищення ефективності прийняття управлінських рішень до керівників усіх підрозділів компанії можна застосовувати адміністративні заходи (премії, надбавки, припинення підтримки, догана, суворе попередження). І навпаки, працівники, які добре виконують свою роботу, винагороджуються та заохочуються. Як правило, рішення формально приймаються наказом. Про прийняте рішення керівник доводить до відома кожного підлеглого, при необхідності – під особистий підпис. Начальник структурного відділу призначити відповідального виконавця для виконання даного рішення та здійснювати контроль за правильністю та своєчасністю його виконання. Управлінські рішення можуть бути прийняті щодо будь-якої сфери діяльності організації, наприклад управління людськими ресурсами, фінансового менеджменту та управління впровадженням.

Структурні підрозділи підприємства забезпечують виконання завдань за своїми функціями. Контроль за змістом документа та умовами його оформлення покладається на відповідального за структурний підрозділ. Організація контролю за результатами діяльності покладається на керівників структурних підрозділів.

Описаний поширений механізм прийняття управлінських рішень містить суттєві недоліки. Це відсутність мотиваційної основи і залежність від якості виконання роботи. Більшості вітчизняних підприємств бракує контролю над своїми підсистемами, і від ефективності та реалізації цих підсистем залежить ефективність усієї системи управління. Регулювання процедур контролю на підприємствах обмежується описом функцій органу

внутрішнього контролю компанії та процедур збору інформації для звітності (підсумковий контроль).

Одним із вирішень такої проблеми є використання електронного документообігу, щоб спростити та автоматизувати процес прийняття рішень, зменшити кількість погоджень, частково звільнити вище керівництво та зробити процес управління більш оперативним.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М., Голюк В. Прийняття управлінських рішень: сутність та сучасні тенденції розвитку. Економіка та суспільство, 40, 2022. doi: 10.32782/2524-0072/2022-40-37.
2. Парій Л. В., Кубрак А. О. Прийняття управлінських рішень на підприємстві. Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 47, 2023, С.75-79

Олеся ДОСКАЛЮК, 4 курс,
Спеціальність 073 «Менеджмент»
наук. кер. – Королюк Ю.Г.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Динамічні зміни у світовій економічній системі та вплив пандемії коронавірусу, військового стану на всі сфери життя призвели до фундаментальних змін у функціонуванні вітчизняних підприємств. Вплив зовнішнього середовища та його основних факторів на діяльність суб'єктів господарювання постійно змінюється. Сьогодні особливого значення набувають нові підходи до управління бізнесом та його розвитку. Це пов'язано з визнанням невизначеності навколишнього середовища та розумінням того, що неможливо досягти довгострокової стабільності, і тому необхідно створити гнучкість бізнесу, щоб забезпечити довгострокову ефективність діяльності.

Підприємства є складними соціально-економічними та технологічними системами, спрямованими на отримання підприємницького доходу шляхом задоволення суспільних потреб, а тому потребують раціонально організованих та оптимально спроектованих систем управління. Контроль суб'єкта господарювання сам по собі є необхідною умовою забезпечення доброчесності та ефективності його діяльності та здійснюється як цілеспрямована дія на об'єкт контролю та є самостійним видом діяльності та контролю за діяльністю з позиції планування.

Організаційно-економічні механізми підприємства слід розглядати як комплексну систему, яка включає підсистеми прогнозування та планування

розвитку, мотивації, організації та інформаційного забезпечення. Формування ефективних організаційно-економічних механізмів сприятиме вирішенню найважливішої проблеми сучасного менеджменту – підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Для забезпечення конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій підприємства повинні постійно працювати над впровадженням стратегічного менеджменту в існуючі організаційно-економічні механізми, щоб у майбутньому вони могли ефективно і довгостроково працювати. Це формує потенціал компанії для визначення та реалізації бізнес-можливостей, які забезпечують сталий розвиток у часи економічних змін [1].

Таким чином, організаційна складова управління бізнесом складається з організації зв'язків бізнесу та позиціонування всіх елементів і функцій бізнесу, і, отримавши внутрішню структуру бізнесу, економічні елементи управління бізнесом, згадані вище, тепер ви можете реалізувати це. Тобто для отримання додаткового доходу та задоволення інших потреб та інтересів суб'єкта господарювання та цілей [2].

Отже, організаційно-економічний механізм управління промисловим підприємством – це сукупність організаційно-економічних засобів (кожен зі своїм управлінським впливом). Механізми управління включають такі складові, як принципи та завдання управління, методи, форми та інструменти управління, організаційну структуру управління підприємством та його персонал, інформацію та засоби її обробки. У структурі організаційно-економічних механізмів виділяють три системи: систему забезпечення, функціональну систему та цільову систему. Цільова система організаційно-економічних механізмів включає цілі й основні результати діяльності підприємства, а також критерії вибору й оцінки досягнення конкретних цілей і результатів діяльності підприємства. Зміст кожної системи організаційно-економічного механізму управління підприємством та кількість підсистем кожної системи змінюються залежно від типу підприємства, регіону, сфери діяльності, ступеня впливу та наслідків зовнішнього середовища [3].

Сучасні вітчизняні підприємства є відкритими системами, системи управління яких повинні бути розроблені таким чином, щоб швидко та належним чином реагувати на зміни зовнішнього середовища, водночас не втрачаючи контролю над організацією. У сучасних умовах має сенс формувати проблемно-орієнтовані (органічні) структури управління. Її характеристика полягає в тому, що керівник не бере на себе роль керівника процесу, а виступає як представник (лідер) команди, а сама структура набуває ознак демократичної горизонтальної структури управління. Менеджери в таких структурах підбирають і навчають членів команди, формують і розподіляють обов'язки між учасниками, організовують співпрацю.

У сучасних умовах кожна бізнес-одиниця повинна забезпечити належний рівень координації та контролю як внутрішніх, так і зовнішніх

бізнес-процесів. Використання сучасних маркетингових та інформаційних технологій, концепцій управління логістикою дозволяє ефективно управляти відносинами зі споживачами. Це означає, що компанії повинні розвивати клієнтоорієнтовані процеси: маркетинг відносин, розробка бренду, інтернет і CRM-технології, моделювання процесів B2C.

Список використаних джерел:

1. Хоменко І. О., Волинець Л. М., Горобінська І. В. Організаційно-економічний механізм функціонування і розвитку підприємств. Київський економічний науковий журнал. 2023. № 1. С. 86-92.
2. Бабіцький Р. В. Сутність та відмінності організаційно-економічного механізму управління підприємством. Науковий вісник Одеського національного економічного університету: зб. наук. праць; за ред.: В.В. Коваленко (голов. ред.). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2022. № 5-6 (294-295). С. 64-72.
3. Артеменко Л. П., Піддубна А. С. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю промислового підприємства. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», 12, 2015, С. 259-264. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_39.

Роман Дребот,
4 курс спеціальність , 073 «Менеджмент»
Валентина ЧИЧУН, к.е.н., доцент
ЧТЕІ ДТЕУ, м. Чернівці

КОМУНІКАЦІЯ В ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТА ЇЇ ФУНКЦІЇ

Успіх спільної діяльності людей залежить від їх стану, рівня розвитку, спрямованості та типу спілкування, невербальних знаків співробітниками, тобто залежить про розпізнавання та використання інформації про зовнішність, вираз обличчя. Зміст і структура комунікаційних процесів на міжособистісному та організаційному рівнях і вміння використовувати сучасні інформаційні технології є важливими для цього успіху.

Потрібно звикнути до суворих правил функціонування комп'ютерів, локальних і корпоративних мереж, як незалежних «контролерів», «регуляторів» і «постачальників інформації», в прямому і переносному сенсі.

Комп'ютерні програми дисциплінують та організують на високому рівні роботу як керівників, так і підлеглих, створюючи нові правила та методику взаємовідносин на робочому місці. Проводити приватні та публічні аудити підрозділів компанії та успішно вирішувати питання ефективного документообігу.

Ми вважаємо, що для того, щоб менеджери досягли успіху у важкій,

але цікавій професійній діяльності, вони повинні постійно вдосконалювати свої комунікаційні процеси. Спілкування (лат. *communicatio*) буквально означає «спільне» або «спільне для всіх». Насправді це процес обміну ідеями та інформацією між двома або більше людьми, який призводить до взаєморозуміння. Виходячи з цього, комунікацію можна визначити як використання символів для передачі змісту, а не просто інформації.

У найширшому розумінні мета внутрішньої комунікації полягає в тому, щоб викликати зміни та впливати на діяльність таким чином, щоб досягти процвітання компанії.

Комунікація виконує дві основні функції, це інформаційно-особистісна функція. Перший здійснює процес передачі інформації, другий – взаємодію особистостей. Тобто, ці дві особливості дуже тісно пов'язані. Комунікація – це складний процес, що включає низку взаємопов'язаних кроків, кожен із яких відіграє важливу роль у забезпеченні того, щоб інша сторона зрозуміла та розпізнала інформацію[1, с.198-199].

Щоб організація функціонувала ефективно, вона повинна забезпечити належну комунікацію. Однак практика управління визнає, що створення ефективною та надійною системи обміну інформацією, яка відповідає вимогам повноти, адекватності, ефективності та гнучкості, є однією з найскладніших проблем в організаціях.

Тому зрозуміло, що ефективні лідери є хорошими комунікаторами. Уміння спілкуватися так само важливо для менеджерів, як і вміння планувати, організовувати, мотивувати та контролювати.

Список використаних джерел

1. Тимохова Г. Б., Білокінь Т. А. Менеджмент: навч. посіб. Київ : Кондор, 2017. 344 с.

Максима ЗИНДИКА,
4 курс спеціальність , 073 «Менеджмент»
Валентина ЧИЧУН, к.е.н., доцент
ЧТЕІ ДТЕУ, м. Чернівці

ЗАВДАННЯ ТА НЕОБХІДНІСТЬ КОНТРОЛЮ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Контроль - це таке регулювання організаційної діяльності, при якому окремі сторони діяльності вводяться в певні рамки. Це дає можливість адаптуватися до змін зовнішнього середовища, уникнути накопичення помилок, вирішити складні організаційні проблеми, мінімізувати витрати [1, с.232]. Управління зосереджується на фінансових, фізичних, інформаційних і людських ресурсах і може включати операційний, фінансовий і структурний рівні. Вчені наголошують на важливості та необхідності контролю в багатьох літературах та книгах, переважно визначаючи контроль лише як окрему галузь.

Ми розглядаємо необхідність перегляду процесу розширення діяльності з точки зору раціонального господарювання та правового регулювання.

У будь-якій організації всі процеси потребують контролю. Вам потрібні елементи керування, щоб виявляти та виправляти помилки, перш ніж вони стануть перешкодами на вашому шляху до мети. У своїй книзі А. Файоль стверджує, що контроль — це процес, який забезпечує досягнення цілей організації. Як функція управління контроль передбачає визначення ступеня відповідності процесу плановим показникам і природним рухам [2, с.105].

Слово «контроль», як і слово «влада», викликає негативні емоції. Для багатьох людей контроль спочатку означає обмеження та відсутність автономії, що все суперечить нашому уявленню про свободу особистості. Через таке стійке сприйняття контроль є однією з найбільш неправильно зрозумілих функцій управління. Контроль - це спостереження за функціональними процесами об'єкта та перевірка його відповідності прийнятим управлінським рішенням, законам, планам, нормам, стандартам, правилам і розпорядженням. Конкретизуючи наслідки впливу акторів на об'єкти, допускалися відхилення від встановлених принципів управлінського рішення, вимог організаційного функціонування та регулювання [3, с.191].

Виявляючи відхилення та їх причини, керуючий персонал має можливість коригувати поведінку контрольованих об'єктів відповідно до своїх цілей, впливати на об'єкти для усунення відхилень і усувати перешкоди до тих пір, поки система не функціонує оптимально.

Менеджери починають виконувати контрольні функції, як тільки вони формулюють цілі та завдання. Контроль дуже важливий для успішного функціонування організації. Дуже часто в організації без контролю починається плутанина і стає неможливо інтегрувати діяльність усіх груп. Отже, підсумовуючи, можна зробити висновок, що контроль – це безумовно вид управлінської діяльності, який пов'язаний з оцінкою виконання поставлених завдань і рівня досягнення мети, а також виявленням відхилень.

Список використаних джерел

1. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. К.: "Центр учбової літератури". 2016. – 560с.
2. Михайлов С.І. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 536с.
3. Козирєва О. В., Глебова Н. В., Ковальова В. І. Навчальний посібник з дисципліни «Офісний менеджмент»: для здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент». – Х.: Видавництво Іванченка, 2021. – 274 с.

Юрія ІЛЮЩЕНКА,
4 курс спеціальність , 073 «Менеджмент»
Наталія ШУПРУДЬКО, к.е.н., доцент
ЧТЕІ ДТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Протягом життя людина час від часу перебуває у конфліктних ситуаціях. Конфлікти присутні у всіх бізнесових структурах, у соціумі загалом. Це реальна буденність. На разі ми перебуваємо у війні, агресія росії не має меж, відповідно люди перебувають у конфлікті не лише з різними інституціями, а інколи самі із собою. Людина за своєю природою може або усунути від конфліктної ситуації або його вирішувати. Нічого дивного в цьому немає.

На підприємстві конфліктні ситуації моніторять та доповідають керівнику, оскільки він є особою, яка може вирішити ситуацію за різних обставин. Враховуючи досвід практики керівника є можливості вирішення різних ситуацій з використанням різних методик та сценаріїв. Як тільки виникає конфлікт, який завжди пов'язаний з емоційним станом сторін, ми починаємо випробовувати дискомфорт, напругу, які можуть призвести навіть до стресових ситуацій, завдаючи тим самим шкоду здоров'ю учасників конфлікту.

Криза, яка зараз є через військові дії у соціально-економічній галузі, при всіх інших складових, викликана як загальним економічним становищем економіки країни так і не досконалістю принципів і адекватних методів управління конфліктами. У теоретичних і менеджерсько-організаційних основах управління конфліктами та ситуаціями в галузі торгівлі залишаються не до кінця реалізованими дослідженнями проблем менеджменту. Тому, актуальність теми полягає в тому щоб розглянути проробленні напрями та реалізації альтернативних рішень вирішення управління конфліктами в системі та запропонувати сучасні інструменти вирішення конфліктних ситуацій.

В дослідженні науковців «поняття конфлікту можна визначити як відсутність згоди між двома або більше сторонами, які можуть бути фізичними особами, або групами. Кожна сторона робить все можливе, щоб була прийнята її точка зору і заважає іншій стороні робити те саме». [1, с.12]

Непорозуміння, в яких не визначаються потреби, прагнення, інтереси, цілі людей, а також фахівців колег, виникають претензії щодо соціальних

позицій, значимості особи та її місце в соціальному просторі, впливовість фахівця в колективі, тому виникають конфлікти.

Конфлікт походить від латинського слова *Conflictus* – зіткнення, що означає відсутність згоди між двома або більше сторонами, які можуть бути конкретними особами або групами [1, с.12]. В конфліктній ситуації кожен робить все, щоб вплинути на перевагу своєї позиції оскільки опоненти будуть робити такі самі дії. Зазвичай люди визначають конфлікт як скандал, агресивні дії, погрози. Загалом варто говорити, що конфлікт може бути змінним явищем, яке виникає незагафіком, але який потрібно одразу вирішувати. Дуже часто конфлікт сприяє виявленню слабких позицій в організації, потребі різної інформації для формування альтернативних пропозицій.

Дуткевич Т.В. зазначає, що «здебільшого конфлікти спричиняються: обмеженістю ресурсів, які необхідно розподілити; взаємозалежністю завдань; відмінностями у цілях; низьким рівнем комунікації; відмінністю в уявленнях і цінностях; незбалансованістю робочих місць; неправильним контролем; відмінністю в манері поведінки і життєвому досвіді; відсутністю пошани до авторитетних у групі людей; недостатньою мотивацією» [2, с. 43].

Керівнику організації необхідно володіти деякими навиками психології, для того щоб розуміти причини виникнення конфлікту і розуміти використання механізмів психології для зменшення розв'язкової фази конфліктної ситуації. Уникнути конфліктних ситуацій в робочому процесі не можливо, оскільки люде жорстке заперечення буде нести зниження якості праці, пониженню морально-психологічного клімату, його позитивності, що буде відображатися на роботі загалом в організації.

Дуже часто саме конфлікти допомагають вирішити проблеми, зумовлюють зростання самосвідомості його учасників, об'єднують одностумців, спрацьовують як запобіжний клапан для безпечного і навіть конструктивного виходу емоцій. Тому ставитися до них необхідно як до закономірних явищ об'єктивної дійсності, якими слід управляти, враховуючи як соціальну природу конфліктів, так і їх психологічні наслідки.

Список використаних джерел

1. Анісімова Л. А., Жилінська О. І. Менеджмент : практикум. Видання друге. Навч. посіб. Київ : 2018. 237 с.
2. Дуткевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: / Навчальний посібник. – К., Омега, 2013. – 216 с.

Еріка Калинюк
спеціальність «Менеджмент»
наук. кер. – Урсакій Ю.А.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЧО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток української економіки потребує перегляду ролі управління за складовими сукупного потенціалу підприємства, адже вдале управління елементами сукупного потенціалу позитивно впливає на виробництво, зростання темпів прибутку, посилення конкурентних позицій, зниження витрат та ін. Оскільки, загальна результативність економіки країни залежить від її окремих складових, то механізм управління виробничим потенціалом потребує уточнень та подальших досліджень на рівні підприємства.

Механізм управління можна визначити як чітку послідовність дій (кроків, етапів, фаз), що визначають процес управління. І, оскільки, управління є цілеспрямованим процесом, в ході якого вирішуються певні завдання, то механізм управління може бути представлений у вигляді алгоритму, який визначається як послідовність певних дій або кроків для вирішення поставленого завдання[1, с. 326].

Однак будь-яка дія має виконуватися певним суб'єктом установленим способом або методом з використанням необхідних інструментів і засобів. Тому повне розкриття механізму управління потребує [2, с.436]:

- 1) декомпозиції процесу на окремі фази, етапи, дії(функціональний аспект);
- 2) визначення виконавців і керівників(організаційний аспект);
- 3) вибору інструментів, методів та опису методичних аспектів управління (методичний аспект);
- 4) опису загального алгоритму вирішення основного завдання управління.

Трансформаційні процеси в економіці країни спричинили негативні тенденції, які характеризуються нераціональним використанням виробничого потенціалу. Тому, ТОВ «Чернівецька фабрика кави», стикнулася з проблемами у вигляді динамізму зовнішнього середовища, прискоренням науково-технічного прогресу, важкістю виходу на український ринок, зростанням конкуренції, неповною інформацією про майбутній розвиток галузі тощо. Правильний вибір стратегії і її чітка реалізація складають основну частину стратегічного управління. В такому випадку, під

стратегією варто розуміти чітко обраний напрям розвитку підприємства, що здійснюється на основі оптимального розподілу ресурсів.

Тому, вірний вибір стратегії сприятиме швидкій реалізації основної мети підприємства, адже складається систематичний план потенційної поведінки підприємства в умовах неповної інформації з врахуванням можливої ризиковості та невизначеності. В свою чергу, не можна відокремлювати виробничий потенціал від викладених вище тверджень, адже виконання стратегії допомагає вирішити наступні питання [3, с. 77]:

– як вірно розподілити ресурси, що лежать в основі виробничого потенціалу для правильного функціонування сукупного потенціалу підприємства;

– як збалансувати відповідність між обраною стратегією і виробничим процесом всередині підприємства, у якому задіяне управління виробничим потенціалом підприємства;

– як привести у відповідність зі стратегією підходи до управління виробничим потенціалом підприємства через раціоналізацію та інтеграцію усіх процесів.

В свою чергу, виробничий потенціал є основою для формування сукупного потенціалу. Саме тому, удосконалення механізму управління виробничим потенціалом підприємства дасть можливість у вагомих позитивних зрушеннях і в сукупному потенціалі підприємства, адже виробничий потенціал прямопропорційно впливає на сукупний потенціал та можливості підприємства у майбутньому шляхом виявлення резервів, попередження невизначеності та ризиковості та прорахунків у можливих результатах використання ресурсів [4, с. 105].

Отже, для обрання того чи іншого важелю та інструменту в управлінні ефективністю діяльності виноробних підприємств, по-перше, необхідно встановити основні проблеми(вузькі місця), що заважають їм розвиватись. Для виявлення таких проблем в запропонованому механізмі має працювати система ключових індикаторів ефективності(КРІ), яка доводиться внутрішніми аудиторами ефективності до керівників структурних підрозділів(працівників) підприємства та потім регулярно контролюється. Успіх процесу управління ефективністю значною мірою залежить від правильного вибору показників КРІ. Вибір неправильного набору може призвести до поведінки, що знижує продуктивність, і лише частково оптимізованим результатам.

Список використаних джерел

1. Лазарева Н.О. Про розуміння управління ефективністю діяльності підприємства / Н.О. Лазарева// Економічний вісник Донбасу. — 2015. — №2 (40). — С. 105-109.
2. Kormakova, I., Kruhlyanko, A., Peniuk, V., Ursakii, Y., & Verstiak, O.

Actual Strategies for Businesses Penetrating Foreign Markets in the Modern Economy: Globalisation Aspect. International Journal of Professional Business Review, 8(5), 2023. Pe02148.

3. Лазарева Н.О. Стратегічні напрями підвищення ефективності діяльності українських виноробних компаній/ Н.О. Лазарева// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 14. – С. 77–84.

4. Стратегія підвищення ефективності функціонування виробництва/ [І.П. Булеєв, М.Д. Прокопенко, М.В. Мельникова та ін.]. – Донецьк: ІЕП НАНУ, 2014. – 274 с.

Олександра Качала
спеціальність «Менеджмент»
наук. кер. – Урсакій Ю.А.

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці

Особливості інструментарію управління ризиками на підприємстві

Для забезпечення економічної безпеки підприємства при використанні ризик-орієнтованого управління пропонується використовувати сучасний інструментарій управління ризиками, що формується на основі сукупності методичних і технічних прийомів, методів та принципів у їх тісному взаємозв'язку, що відповідають потребам сучасного підприємства.

Одним із методів, що пропонується застосовувати за ризик-орієнтованого методу управління задля забезпечення економічної безпеки підприємства є використання реєстру ризиків та карти ризиків.

Для забезпечення системного підходу до управління ризиками існує необхідний комплекс документів, таких як [1, с.67]: 1. Політика управління ризиками; 2. Корпоративний стандарт управління ризиками; 3. Методології управління ризиками (регламенти, формати звітів); 4. Реєстр ризиків; 5. Положення про підрозділ з управління ризиками; 6. Посадові інструкції, що включають функції з управління ризиками; 7. Карта ризиків.

Ідентифікація ризиків дозволяє підвищити рівень впевненості в досягненні поставлених завдань шляхом отримання огляду ризиків та їх основних характеристик, визначення взаємозв'язку ризиків одне з одним, ранжирування рівня ризиків компанії, підвищення обізнаності про ризики і методи їх управління, а також концентрації уваги на найбільш критичних ризиках.

Систематизація ідентифікованих ризиків дозволяє [2;3]:

1) досягти послідовності в класифікації та кількісної оцінки ризиків, яка дозволяє покращити порівняння профілю ризиків (по бізнес-процесам, структурним підрозділам, проектам і т.д.);

2) надати платформу для побудови більш складних інструментів та технологій кількісної оцінки ризиків;

3) надати можливість для узгодженого керування та контролювання ризиків компанії.

Єдиної рекомендованої форми реєстру немає. Однак у більшості випадків в ньому присутні поля, що визначають для кожного ризику:

- категорію за різними критеріями класифікації;
- види цінностей, підданих дії даного ризику;
- основні причини реалізації ризику;
- опис небезпечних подій;
- види впливу небезпечних подій на цінності при реалізації даного ризику;
- перелік факторів, що впливають на ймовірність і тяжкість реалізації ризику (фактори ризику);
- співробітників або підрозділу, відповідальних за роботу з даним ризиком.

Одним з базових документів на підприємстві є карта ризиків. Вона включає класифікатор ризиків, матрицю ризиків та додаткову інформацію, що отримана у ході роботи з ризик-орієнтованого управління під час первинного аналізу. В ній проводиться ранжування ризиків і повинна бути розглянута і формально прийнята керівництвом компанії. Карта ризиків є одним з найбільш популярних інструментів ERM (Enterprise Risk Management) - комплексної системи управління ризиками. Карта ризиків - це графічне відображення підприємницьких ризиків бізнесу. Складання карти ризиків може стати основою ризик-орієнтованого управління у системі забезпечення економічної безпеки на підприємстві, але щоб наочно представляти «гарячі точки», необхідно вжити цілий ряд обов'язкових дій.

Згідно вимогам до розділів шаблону «карти ризиків» повинні входити [4, с.153]:

- категорія/група ризику - вказується найменування ризику / ризикової події. Формулювання повинно бути чітким і конкретним, що розуміли усі члени команди проекту;
- пріоритет/статус ризику - вказується, до якої категорії - групи відноситься ризик. Структурування та упорядкування ризиків за категоріями/групами здійснюється на етапі формування «структури ризиків»;
- ймовірність ризику - вказується присвоєний пріоритет ризику відповідно до рангу за значимістю впливу на цілі (параметри) проекту.
- ранг ризику - вказується ранг ризику. Присвоєння ризику рангу (ступінь значущості ризику) здійснюється на основі комбінації його показників вірогідності виникнення і ступеня наслідків;
- опис ризику - коротко описується суть ризику;
- джерела/причини ризику - вказуються джерела (причини) виникнення ризику;

- період найбільшого впливу на проект/етап проекту - вказується період (етап) проекту, на який ризик може мати найбільший вплив;
- наслідки ризику - вказуються можливі наслідки ризику;
- методи реагування на ризики - визначаються методи реагування на ризик;
- попереджувальні заходи - вказуються всі можливі методи, щоб попередити виникнення ризикової події, уникнути виникнення ризику, тобто передбачення і запобігання;
- коригувальні заходи - зазначаються конкретні заходи, які будуть проводитися в тому випадку, якщо ризикова подія відбудеться з метою зниження наслідків ризику, або коли попереджувальні заходи не дадуть результат;
- відповідальний за реагування на ризик - вказується відповідальна особа за реагування на ризик, реалізацію вищезазначених заходів;
- прийнятний результат реагування на ризик - вказується результат, який би свідчив про запобігання або зняття негативних наслідків ризиків.

Отже, оскільки ризик-орієнтоване управління у системі економічної безпеки передбачає орієнтацію менеджменту компаній саме на процесах визначення та оцінювання ризиків, необхідно оновити інструментарій аналітичної роботи з ризиками відповідно до вимог часу. Пропозиції щодо модернізації структури реєстру ризиків і використання різних видів карт ризиків дозволять сформувати якісне інформаційне підґрунтя для обробки ризику та подальшої роботи з ним. Розроблені інструменти мають комплексну природу, оскільки не лише містять відомості про факт наявності ризику, але і дають вказівки на те, яким чином його можна мінімізувати, як уникнути або розподілити, тощо.

Список використаних джерел:

1. Герасименко О.М. Fraud-ризики у вітчизняних компаніях: основні тенденції та заходи щодо зниження. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», ф-т економ. та управ., 19 квіт. 2019 р.). Київ: КНЕУ, 2019. С. 67-70.
2. Дикань В.Л., Посохов І.М. Дослідження міжнародних стандартів управління ризиками. *Бізнес Інформ*. 2014. №1. С. 314-319.
3. Ткачук В.І., Прокопчук О.А., Яремова М.І. Економічна безпека та стійкість сільськогосподарських підприємств : монографія. Житомир : транспорту і промисловості. 2014. № 28. С. 164-168.
4. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства: монографія. Хмельницький: ПП Ковальський В.В. , 2017. 312 с.

Андрій КОЗМАЧУК,
4 курс спеціальність , 073 «Менеджмент»
Валентина ЧИЧУН, к.е.н., доцент
ЧТЕІ ДТЕУ, м. Чернівці

ОСНОВНІ УМОВИ СТВОРЕННЯ ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Сьогодні компаніям надзвичайно важко працювати в умовах воєнного стану та невизначеності та ризику, які існують у бізнес-середовищі. Співробітники є основною рушійною силою будь-якої компанії. Проте мало уваги приділено вивченню сутності та значення структури трудових колективів як найважливішого та активного елемента внутрішнього середовища для забезпечення бажаної ефективності діяльності підприємств.

У процесі своєї діяльності робочі групи виконують численні завдання, які передбачають спеціальні навички, інтелектуальні здібності та використання різних видів ІТ-технологій. Що ще гірше, у сфері управління персоналом відсутня повноцінна система підготовки фахівців, тому суттєво ускладнюється як розробка теоретичних основ кадрової роботи, так і практичне застосування на практиці наявних розробок пізно.

В умовах сьогоднішніх подій, а саме вторгнення з росії, воєнний стан не дає всім спокійно працювати. Керівники та їхні підлеглі перебувають у стані постійного страху. Дослідники стверджують, що «діяльність з управління людськими ресурсами — це дії, які зосереджені на людському елементі організації та спрямовані на узгодження можливостей людських ресурсів із цілями, стратегіями та умовами розвитку організації [1, с.78-80]. Управління людьми не повинно бути одностороннім процесом. Становлення колективного лідерства, розвиток на професійно-культурному рівні, має істотний вплив на методи, форми і прийоми управлінського впливу керівників.

Дослідники підкреслюють, що серед ключових принципів концепції використання трудових ресурсів:

1) Забезпечення єдності керівництва – підлеглі отримують накази лише від одного начальника.

2) Дотримання суворої вертикалі керівництва – проходить ланцюжок керівництва від начальників до підлеглих.

3) Зверху вниз по всій організації та використовується як необхідний і достатній канал контролю.

4) Визначте кількість людей, які підпорядковуються керівнику, щоб не виникало проблем із зв'язком або координацією лінійна структура організації.

5) Встановлення балансу повноважень і відповідальності - Персонал головного офісу, відповідальний за зміст діяльності, за жодних обставин не

може використовувати повноваження, надані лінійним керівникам. [2, с.178].

Слід зазначити, що для керівництва компанії кадрове планування дає можливість створити команду професійних працівників, які відчуватимуть соціальну та морально-психологічну підтримку та не підуть до іншого роботодавця.

Список використаних джерел:

1. Козирева О. В., Ковальова В. І., Глебова Н. В. Управління персоналом. Навчальний посібник. – Х. : Видавництво Іванченка, 2021. – 126 с.
2. Олуйко В. М. Управління персоналом в умовах децентралізації: навчальний посібник. Київ, 2018.- 504с.

Єва КРИЖАНОВСЬКА, 4 курс,
Спеціальність 073 «Менеджмент»
наук. кер. – Королюк Ю.Г.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Незважаючи на тенденції цифровізації та автоматизації бізнес-процесів, люди залишаються основою доданої вартості усіх економічних явищ. Саме вирішення проблем з управлінням персоналом підприємств різних рівнів становить ключову задачу менеджменту на усій її історії функціонування. Сьогодні Україна зіткнулася із найскладнішим викликом, якого не знали країни світу з часів світових воєн. Окрім військових загроз, вкрай необхідно розв'язати економічні проблеми і забезпечити потенційний ріст виробництва та послуг в пост-воєнний період де управління людським капіталом є основою успіху.

Як відомо, управління людськими ресурсами підприємства – це процес планування, відбору, підготовки, оцінки та вдосконалення людських ресурсів з метою раціонального використання людських ресурсів і підвищення ефективності виробництва. Предметом управління людськими ресурсами є дослідження взаємовідносин працівників у процесі виробництва з метою найбільш повного та ефективного використання їх потенціалу у функціональних умовах конкретної організаційної системи [1]. Крім цього, [2]: «управління персоналом – це складний системний, планомірно-організований вплив за допомогою взаємопов'язаних організаційних, економічних і соціальних заходів на процес формування, розподілу, перерозподілу персоналу підприємства та створення умов для ефективного використання якостей працівників з метою забезпечення ефективного управління та розвитку підприємства».

Однак, управління людським персоналом є інертним. Само тому важливо обрати вірну стратегію в його реалізації. Складовими розробки такої кадрової стратегії компанії є [3]:

- планування потреб у людських ресурсах;
- вербування кадрів;
- освіта та професійний розвиток;
- система регулювання;
- заробітна плата.

Обравши відповідні інструменти стратегії розвитку персоналу підприємства, менеджер переходить до їх планомірної реалізації. Рекомендованим тут є:

- економічна оцінка операцій з людськими ресурсами;
- організація підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів;
- управління соціальними процесами в команді.

Практика показує, що потрібно дуже якісно планувати свою робочу силу. Цим повинні займатися директори компаній і старші кадровики, а при підборі кандидатів на вакантні посади необхідно чітко визначити кваліфікацію співробітників для конкретних видів діяльності. Ці критерії повинні всебічно характеризувати претендента (освіта, досвід роботи, особисті характеристики).

Дієвими пропозиціями керівникам компанії є вимога створити резерв потенційних кандидатів на кожну посаду, щоб у разі появи вакансії можна було швидко знайти кандидатів та ефективно знайти потрібних співробітників.

З іншого боку, при роботі з персоналом має сенс пропонувати матеріальне заохочення:

- купони на знижку за оздоровлення;
- підвищення;
- гнучкі бонуси тощо.

У всіх пропонованих заходах ключовим є оцінка їх результативності. Головним критерієм останнього є фіксування зростання якості праці та культуру співробітників всередині підприємства. У разі негативного відхилення, слід проводити семінари та лекції серед працівників, проводити заходи, які покращують якість кадрів, зміцнюють трудову дисципліну. Така метода надає можливість оцінити кожну категорію співробітників всередині компанії балами. Чим вищий ваш бал, тим вищий бонус до зарплати. Кожну категорію має сенс оцінювати за певними критеріями. Коли працівники підтримують високі стандарти, фінансове становище та активи підприємства покращуються.

Таким чином стратегічні зусилля спрямовані на розвиток системи управління персоналом підприємства матимуть два класи наслідків: зростання стійкості та прибутковості підприємства; сприятимуть стабілізації та подальшому розвитку національної економіки. З іншого боку,

використання ефективних та коректних прийомів управління людськими ресурсами активізуватиме спонтанність та творчість усіх працівників у процесі реальної діяльності та задоволення їх потреб.

Зважаючи на національні виклики безпеці та цілісності нашої держави, вкрай важливим є пошук і синтез найбільш дієвих та мотиваційно значущих механізмів управління персоналом. З цією метою є доцільним продовження досліджень мотиваційного та кадрового менеджменту, організація конференцій та круглих столів у форматі: бізнес-влада-наука. Саме за такого підходу можливий швидкий результат і його невідкладне впровадження у бізнес-процеси вітчизняних підприємств різних типів і форм власності, що становите основу успішного економічного майбутнього України.

Список використаних джерел:

1. Кузьмін О. Е. Сучасний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Центр Європи, 2015. 51 с.
2. Глуценко, Л., Пілявоз, Т., Коваль, Н. Управління персоналом у сучасній структурі управління підприємством. Економіка та суспільство, 35, 2022. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-41>
3. Немцов В.Д., Довгань Л.Є., Сініок Г.Ф. Менеджмент організацій. // Навч. посібник. К.: 2016. 388 с.

Юрій ЛУПАШКУ, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Маркетингові дослідження — це процес збору, аналізу та інтерпретації інформації про ринок, споживачів, конкурентів та інших факторів, що впливають на успішність підприємства на ринку. Ці дослідження мають на меті збільшення розуміння цільової аудиторії, виявлення потреб споживачів, оцінку конкурентного середовища, а також оцінку ефективності маркетингових стратегій і технік [1].

Результати маркетингових досліджень допомагають підприємствам ухвалювати обґрунтовані рішення щодо розвитку продуктів, цінової політики, стратегій просування на ринку та інших аспектів маркетингової діяльності.

Маркетинг послуг представляє собою набір стратегічних заходів, що спрямовані на задоволення потреб та вимог споживачів у нематеріальних благах, які є послугами. Цей процес включає утворення ефективних взаємовідносин між споживачами та підприємством, а також управління виробництвом, збутом та споживанням послуг, які відбуваються одночасно, з

метою максимізації власних прибутків [2].

Дослідження ринку послуг мають свої специфічні особливості, що переважно пов'язані з особливостями самих послуг. Тому розглянемо більш докладно, які саме відмінності та характеристики властиві маркетинговим дослідженням у сфері послуг.

Маркетингові дослідження в галузі послуг ведуться за різними напрямками, серед яких можна виділити наступні:

1. Аналіз ринку послуг в цілому.
2. Дослідження споживачів для формування їхнього портрету.
3. Визначення попиту на конкретні послуги та потреб споживачів у них.
4. Аналіз попиту на нові послуги.
5. Оцінка асортименту послуг.
6. Вивчення каналів розподілу послуг від виробника до споживача.
7. Аналіз конкурентних переваг та недоліків послуг.
8. Вивчення зовнішніх ефектів на споживачів.
9. Аналіз мотивованої поведінки споживачів послуг.
10. Дослідження очікувань споживачів.
11. Оцінка сприйняття споживачами певних послуг.
12. Контроль якості обслуговування.
13. Вивчення операційних методів та реакцій споживачів на пропозиції послуг.
14. Аналіз ключових клієнтів.
15. Підтримка постійних контактів зі споживачами через споживацькі панелі.
16. Дослідження персоналу та надавачів послуг [3].

З цього переліку видно, що ключовими аспектами досліджень на ринку послуг є аналіз поведінкових відгуків споживачів та процесу надання самої послуги.

Необхідність дослідження надавачів послуг виходить з особливостей самої послуги як об'єкта аналізу у маркетингових дослідженнях. Незважаючи на те, що послуга, подібно до традиційного товару, є предметом вивчення, її специфічні риси, такі як нематеріальність та невіддільність від її виробництва, зумовлюють направлення досліджень на аналіз саме об'єкта надання послуги. Це пояснюється тим, що навіть аналогічні на перший погляд послуги можуть бути надані по-різному, залежно від особистісного внеску надавача, його кваліфікації, професіоналізму та інших факторів. Тому, для визначення конкурентних переваг та недоліків певної послуги, необхідно аналізувати й оцінювати її надавача, залучаючи його як суб'єкта дослідження або консультанта. Оскільки саме надавачі послуг найкраще знають своїх клієнтів, вони постійно взаємодіють з ними, розуміють їх потреби та можуть ефективно відповісти на запитання дослідження, що сприятиме економії ресурсів підприємства [3].

Особливості джерел інформації впливають на рівень задоволеності споживачів послуг, зокрема, ефективність процесу надання послуги має більший вплив на цей рівень, ніж зовнішні фактори. Тому наявність внутрішньої інформації у підприємства, яку можна зібрати досить легко, дозволяє економити ресурси підприємства. Розглянемо докладніше, як саме можна швидко та ефективно отримати необхідну інформацію з меншими витратами:

- «гаряче інтерв'ю» - проведення опитування споживачів негайно після отримання послуги, з метою встановлення їхніх перших вражень та оцінок;
- аналіз скарг клієнтів – цей процес дозволяє виявити ті потреби та запити споживачів, які залишаються незадоволеними, а також причини їхньої невдоволеності, та внести відповідні корективи;
- дослідження втрачених клієнтів – проведення опитування цієї групи дозволяє визначити причини їх втрати та уникнути їх у майбутньому;
- фокус-групи – цей метод використовується для збору необхідної для подальших досліджень інформації шляхом обговорення серед клієнтів або контактного персоналу;
- контрольне обслуговування – оцінка роботи контактного персоналу з метою визначення необхідності його додаткового навчання, тренування, обміну досвідом, заохочення та покарання;
- опитування персоналу – це проводиться для отримання думок та відгуків персоналу про їх роботу і досвід взаємодії з клієнтами [3].

Згідно з наведеними методиками, основними джерелами інформації для аналізу послуг є споживачі та персонал підприємства, що знаходиться у прямому контакті з клієнтами. Проаналізувавши вищевикладене, можна зазначити, що головною метою маркетингу послуг є досягнення прибутку через розробку та впровадження комплексу заходів, спрямованих на встановлення та підтримку взаємовигідних відносин із споживачами. Ефективне взаємодія з клієнтами дозволяє ефективно виконувати маркетингові заходи та здійснювати економічну діяльність взагалі. Таким чином, можна стверджувати, що провідною концепцією маркетингової діяльності підприємства, що надає послуги, є маркетинг відносин [4].

Список використаних джерел

1. Зоріна О. І., Наумова О. Е., Сиволовська О. В., Боровська О. Г. Маркетингова політика розподілу : навч. посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 210 с.
2. Стамат В. М. Маркетинг готельного і ресторанного господарства : конспект лекцій. МНАУ, 2021. 161 с.
3. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства : навчальний посібник. К.: Музична Україна, 2002. 196 с.
4. Шквиря Н. О., Арестенко Т. В. Маркетингові дослідження поведінки споживачів готельних послуг // Збірник наукових праць Таврійського

державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки). Мелітополь : ТДАТУ, 2021. Вип.1(43). с.175-180.

Богдан МЕЛЬНИК,
4 курс спеціальність , 073 «Менеджмент»
Валентина ЧИЧУН, к.е.н., доцент
ЧТЕІ ДТЕУ, м. Чернівці

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В КОМПАНІЯХ

Активне використання адаптивних методів управління дозволяє підвищити або принаймні підтримувати необхідний рівень конкурентоспроможності в контексті розвитку підприємства та його постійної взаємодії з динамічним середовищем. Активне використання адаптивних технологій управління інноваційними процесами дозволяє компаніям завоювати лідируючі позиції на ринку та досягти певних цілей, поставлених компанією за певний період часу.

Водночас існують значні ризики для компаній, які використовують методи адаптивного управління інноваціями, що характеризуються інноваційною невизначеністю. Центральним моментом адаптивного управління інноваціями є прийняття управлінських суджень щодо вибору та реалізації конкретних стратегій розвитку.

Наша інноваційна діяльність спрямована на створення та залучення інновацій із зовнішнього середовища, які сприяють підвищенню нашої конкурентоспроможності, посиленню позицій на ринку та забезпечують перспективи розвитку.

Проте здатність фірми залучати інновації залежить насамперед від існуючих ресурсних обмежень, особливо фінансових обмежень. Тому управління інноваційною діяльністю має здійснюватися з урахуванням потенційних можливостей інновацій у формуванні конкурентних переваг, з одного боку, та інвестиційних можливостей підприємства, з іншого.

Для цього необхідно економічно обґрунтувати доцільність інновації, яка на перший погляд є безсумнівно перспективною. Аналіз останніх наукових досліджень та виявлення відкритих питань щодо досліджуваної проблеми.

На сьогодні наука пояснює основні принципи управління інноваційними процесами, принципи вибору інноваційних стратегій, принципи управління інноваційними проектами, управління персоналом при реалізації цих проектів та багато інших джерел педагогічної та педагогічної інформації існують.

Оскільки інноваційні можливості починають проникати в діяльність відділу, це призводить до зниження ефективності завдань, пов'язаних із рутинними операціями та процесами. Основним принципом створення умов

для інноваційної діяльності на підприємстві є створення колективу перспективних співробітників, поточна робота яких пов'язана в першу чергу з впровадженням інновацій. Інноваційна командна робота найбільш ефективна, коли немає жорсткої вертикальної субординації між учасниками.

Отже, інноваційна діяльність підприємства включає оптимізацію організаційно-функціональних процесів підприємства та підвищення їх ефективності, вдосконалення «продуктів» підприємства (товарів і послуг), оптимізацію діяльності організації, інновації. Це може бути пов'язано з до сильної корпоративної культури. Одним із найважливіших і формувальних аспектів інноваційної діяльності є створення систем управління бізнесом, які дозволяють генерувати самі інноваційні ідеї. Генерація інноваційних ідей – це процес, ефективність якого сильно залежить від стилю керівництва корпорацією та рівня співробітників, а також організаційного середовища, яке сприяє вивільненню творчого потенціалу співробітників. Розвиток творчого потенціалу людей має лише одне опосередковане значення. Інноваційна діяльність компанії не обов'язково передбачає фундаментальні зміни в її організації, процесах управління, продуктах або послугах.

Список використаних джерел

1. Дмитрієв І.А. Управління трудовим потенціалом на засадах рейтингування: монографія / І.А. Дмитрієв, І.Ю. Шевченко, Г.М. Максимюк. – Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. – 232 с.
2. Менеджмент персоналу: навч.-методич. посіб. / Дяків О. П., Коцур А. С., Островерхов В. М., Надвичний С. А., Шкільняк М. М., Шушпанов Д. Г. / за заг. ред. М. М. Шкільняка. Тернопіль. 2022. 280 с

Владислав Соколовський, 4 курс,
спеціальність 073 «Управління бізнесом»
наук. кер. – Оксана Лошенко,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Успішність діяльності виробничого підприємства, що функціонує в умовах змінного ринкового середовища та сильної конкурентної боротьби, неможливо досягти без забезпечення його стійкої конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність є таким фактором, що формує можливість розвитку підприємства. Питання впливу маркетингу на конкурентоспроможність є надзвичайно важливим як для виробничих підприємств, так і для економіки країни в цілому. Сутність поняття конкурентоспроможність полягає в розумінні конкуренції, тобто боротьбі незалежних економічних суб'єктів за обмежені економічні ресурси. Цей

показник є основним критерієм оцінки ефективності діяльності підприємства, здатності його до адаптації до конкурентного середовища.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність виробляти і реалізовувати продукцію в максимально швидко, достатньої кількості, з забезпеченням високої якості продукції і обслуговування та як спроможність ефективно розпоряджатися власними і позичковими ресурсами [1].

Роль маркетингу також полягає в тому, що його інструментарій є єдиним фактором, що впливає на поведінку споживача з метою стимулювання збуту його продукції. Це дозволяє компаніям безпосередньо проектувати та впроваджувати його. Компанія націлена на отримання прибутку. Це означає, що цю вигоду можуть отримати лише споживачі, які дійсно купують продукт. Для того щоб вплинути на споживачів (переконати їх купувати їхній товар, а не товар конкурента), компанії впроваджують маркетингову політику. З одного боку, це безпосередньо товарна політика (створення товарів, які задовольняють смаки, потреби та бажання споживачів). З одного боку, це додаткові чинники, які впроваджуються компаніями та безпосередньо впливають на споживачів (конкурентоспроможні ціни на продукцію, наявні ефективні канали збуту продукції, ефективна комунікація тощо) [2].

У розвинених країнах Європи та Америки маркетинг неухильно вдосконалює діяльність окремих компаній. Водночас це стало важливою ознакою загального економічного розвитку. Маркетинг як фундаментальна функція управління бізнесом в ринкових умовах надає керівникам бізнесу перевірений рецепт досягнення позитивних результатів бізнесу в сегментах ринку з мінімальними ризиками. Це насамперед певна послідовність аналітичної роботи. Доступ до найдоступніших цільових сегментів ринку. Формуйте зміни у зовнішньому середовищі, включаючи поведінку споживачів, на користь компанії. Втручання в дозволений спосіб діяльності учасника. Таких як створення позитивного іміджу для громадськості про компанію та всю її діяльність.

Існує багато способів покращення та підвищення впливу маркетингу на конкурентоспроможність виробничого підприємств. Виділяють деякі з них:

1. Побудова цілісної, діалектичної та гнучкої маркетингової системи, яка може гнучко адаптуватися до споживчого попиту, змін ринку (наприклад, бізнес-циклів), маркетингових інновацій, інтелектуальних послуг та міжнародного бізнесу.

2. Упорядкування організації відділу маркетингу та забезпечення чіткого розподілу праці між керівництвом і працівниками виробництва.

3. Удосконалення організаційних механізмів маркетингу шляхом посилення кооперації та інтеграції маркетингових функцій в рамках асоціацій або на різних корпоративних рівнях.

4. Удосконалення кадрової політики.

5. Механізація, комп'ютеризація та автоматизація маркетингової

діяльності, включаючи широке використання технічних засобів у роботі маркетингових інформаційних систем, систем управління маркетингом, забезпечення інфраструктури, організаційно-технічного оснащення.

6. Впровадження науково-обґрунтованої маркетингової технології.

7. Удосконалення управління маркетингом – побудова системи управління маркетингом, наукове обґрунтування її підсистем (функцій і пропозицій) та раціональна організація її функцій [3].

Отже, маркетинг тісно пов'язаний із фундаментальними категоріями економіки, такими як обмін, максимізація прибутку, корисність і раціональність. Спочатку всі маркетингові зусилля зводилися до тимчасового пристосування виробництва і збуту до мінливих умов ринку. Пізніше проблеми маркетингу почали включати прогнозування та планування довгострокових змін, таких як обсяги, продажі та рівень витрат і як результат конкурентоспроможності підприємства. Маркетинг перетворився на комплексний засіб вирішення довгострокових проблем та конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Должанський І. З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Палка І. М. Роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2019/34.pdf
3. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/38.pdf

Богдана ФЕДЮК, 4 курс,
Спеціальність 073 «Менеджмент»
наук. кер. – Королюк Ю.Г.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗВИТОК ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне суспільство, мабуть, більше, ніж будь-коли раніше, потребує лідерів. У кожному секторі економіки почалася боротьба за якість надання послуг в умовах жорсткої конкуренції, складних обставин військового часу та економічної невизначеності національної економіки. Лідери можуть багато чого зробити в таких ситуаціях і мають великий вплив на групи людей та їхні спільні зусилля для досягнення спільної мети. Лідери формуються як в житті, так і в бізнесі. Концепція бізнесу народилася в той момент, коли виникли відносини між товаром і грошима. У середині 20 століття бізнес набув нових форм. У минулому був лише один керуючий директор, майстер,

але це змінилося в епоху, коли галузі почала швидко розвиватися. На цьому етапі почав розвиватися менеджмент, яким ми його знаємо сьогодні. Старі неорієнтовані на лідерство системи управління бізнесом не можуть гарантувати ефективний перехід до сучасних систем управління.

Лідерство є найважливішим елементом ефективного управління. Ви можете знайти його будь-де, де збираються люди. Це мистецтво і вершина людської діяльності. Його значення для існування організації та її керівництва є дуже важливим і важливим. Лідерство важливе, оскільки воно надихає, мотивує та подає людям приклад для створення позитивних змін у світі. Лідери визначають бачення, пропонують план дій і будують міцні стосунки з послідовниками. Роблячи це, ми скеровуємо людей працювати разом для досягнення чудових результатів, що визначає актуальність проведеного дослідження.

Лідерство є формою впливу на поведінку людей. Він значною мірою базується на соціально-психологічних контактах і методах соціально-психологічного управління з метою досягнення цілей компанії шляхом синергічної гармонізації інтересів компанії з інтересами цільової команди управління. Лідерство – це важлива управлінська навичка, яка передбачає здатність мотивувати групу людей до спільної мети. Лідерство є однією з центральних рушійних сил управління бізнесом. Лідерство має багато аспектів і існує багато можливих стилів лідерства, таких як автократичний, демократичний, *laissez-faire*, патерналістський, трансформаційний, трансакційний, свідомий та ситуаційний. Різні ситуації можуть вимагати різних стилів керівництва. Наприклад, керівники великих компаній мають здатність швидко приймати рішення та ефективно делегувати завдання. Від керівників невеликих команд очікується більш практичний підхід і побудова міцних стосунків зі своїми командами. Стиль визначається особистими якостями лідера. Вибір стилю керівництва компанією є однією з головних умов ефективного керівництва [1].

Всі описані вище процеси (лідерство, управління) займають важливе місце в системі управління підприємством. Численні наукові дослідження та впровадження новітніх прогресивних управлінських підходів продемонстрували важливі переваги та потенційні можливості лідерства (використання та спрямування емоційних станів як «необхідних каналів» усередині команди взаємин між лідерами та членами команди (підлеглими, іншими співробітниками). Заснований на поєднанні різних джерел влади, формального та неформального лідерства лідер може рости тільки в тому випадку, якщо він має послідовників, показує, як досягати спільних цілей, будує стабільні стосунки всередині колективу, має авторитет і повагу серед підлеглих, володіє природними здібностями, може стати лідером у своїй сфері діяльності [2].

Головним в розвитку лідерства при управлінні персоналом підприємства є створення нових ситуацій, визначення нових лідерських

компетенцій і формування правильної культури, що є важливими складовими ефективної стратегії лідерства. Ще одним важливим кроком є виявлення та розвиток лідерів. У сучасному середовищі, яке швидко змінюється, люди вчаться на практиці та на власних помилках, тому наступним етапом розвитку лідерства є підтримка у вигляді заохочення співробітників і допомоги їм у розвитку нових навичок. Хороший спосіб – вести бесіди сам-на-сам і разом вирішувати, для яких завдань працівник потребує вашої підтримки, а які він може виконувати самостійно.

Щоб розвинути необхідні лідерські навички, керівництво підприємства може доручати людям більш різноманітні завдання. Призначати їх на керівні посади як на початку, так і пізніше в їхній кар'єрі. Дозволяти керівникам з менш традиційним досвідом керувати бізнесом і новими ініціативами. Щоб відзначити здатність працівників і керівників усіх рівнів змінювати свій підхід, приймати нові виклики та розвивати компанію, в якій вони працюють.

У сучасних умовах лідерство піднімає людське бачення на рівень всеохопнішого світогляду, піднімає ефективність людських дій на вищий рівень і з його допомогою формує особистість, здатну досягати великих результатів. Процес лідерства дасть змогу вітчизняним підприємствам вдосконалити внутрішню структуру управління взаємовідносинами всередині організації та забезпечити її постійний розвиток з метою досягнення найкращих результатів, які служать як суспільству, так і країні в цілому. Отже розвиток лідерства в управлінні сучасними підприємствами є важливою стратегічною задачею підйому національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Томах В., Дорошенко Т., Тимошенко Ю. Стилї лідерства та їх вплив на управління підприємством. Економіка та суспільство, 60, 2024. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-149>
2. Прилепа Н. В. Лідерство в системі управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 5, 2019. С. 184-187. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_5_39

Микола Чередарик, 4 курс,
спеціальність 073 «Управління бізнесом»
наук. кер. – Валерія Пенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Залучення та утримання талановитих фахівців є одним із головних завдань керівництва компаній, спрямованих на кадрове забезпечення їх

діяльності. Без зусиль щодо відбору найкращих працівників неможливо забезпечити стабільне фінансове становище компанії та планомірний розвиток бізнесу в конкурентних умовах. Найважливішим є не лише підбір персоналу, а важливо вправно виявляти кваліфікованих працівників із значним їх потенціалом.

Складовими кадрового забезпечення підприємства є: професійна, технологічна, організаційна, кваліфікаційна, інтелектуальна та власне кадрова. Організаційна складова кадрового забезпечення підприємства включає високу організацію і культуру праці, знаходячи своє вираження в чіткості, ритмічності, погодженості трудових зусиль і високого ступеня задоволеності працівників своєю працею. Організаційна складова кадрового забезпечення багато в чому визначає ефективність функціонування трудового колективу як системи в цілому і кожного працівника окремо, і з цих позицій безпосередньо пов'язана з ефективним використанням кадрового потенціалу.

Кадрове забезпечення не можна розглядати виключно кількісно чи якісно. Штатний розклад формується на основі поєднання кількісних (ресурсних) і якісних (психофізіологічних, кваліфікаційних, конструктивних тощо) характеристик. Він має кількісну та якісну структуру. Н.В.Прижигалінська стверджує, що в характеристиці трудового колективу важливими є такі кількісні характеристики, як кількість і структура показників, стаж роботи, тривалість і напруженість робочого часу. Зокрема, для повної оцінки потенційних можливостей людини необхідно враховувати такі основні фактори: фізіологічний, інтелектуально-професійно-освітній, соціальний характер людини [1].

Корпоративна кадрова підтримка – це система індивідуальних складових робочої сили окремих співробітників. Сам акт об'єднання робітників в єдиний систематично організований робочий процес створює колективні трудові ефекти, які перевищують суму сил робітників, що діють окремо. Розвиток людських ресурсів є багатограним і складним поняттям, яке охоплює широкий спектр взаємозалежних психологічних, освітніх, соціальних та економічних питань.

Виходячи з цього, підтримка кадрів на підприємствах має підвищувати загальну кваліфікацію кадрів для трудової діяльності, а це означає здатність займатися творчою та продуктивною працею та вивчати нові засоби, технології та методи роботи/ Персонал, відповідальний за розвиток людських ресурсів, - це кадри, без обмежень за віком, освітою, знаннями чи кваліфікацією, враховуючи етапи створення, розвитку та використання людських ресурсів. Тому ефективне кадрове забезпечення є однією з передумов ефективної господарської діяльності, а подальший розвиток і навчання кадрів забезпечує підвищення продуктивності праці працівників [2].

Щоб запобігти дефіциту робочої сили, підприємства заздалегідь

встановлюють резервні квоти, включаючи працівників і кандидатів на вакансії. Формування кадрового резерву є однією з передумов забезпечення потреб компанії належним чином підготовленими та кваліфікованими кадрами. Таким чином, ми вважаємо, що концепція корпоративної підтримки людських ресурсів представляє суть соціально-економічних аспектів корпоративного управління та є згущенням методологій управління в сферах, які безпосередньо стосуються працівників.

Важливо, що методологічна основа людської підтримки на підприємствах має дуже універсальний характер, тому її можна застосовувати як до національних некомерційних організацій, так і до корпоративних структур, які також функціонують як соціально-економічні системи. Тому методологічною основою побудови системи управління людськими ресурсами має стати основа внутрішньої системи використання людського капіталу.

Список використаних джерел:

1. Прижигалінська Н.В. Формування кадрового потенціалу аграрного сектора регіону / Н.В. Прижигалінська // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – Миколаїв. – Спеціальний випуск 3 (42) - 2007. - С. 43-48.

2. Галицька У.Б. Формування та ефективність використання кадрового потенціалу. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.1/72.pdf> (дата звернення 22.05.2024)

Сергій Чолан, 4 курс,
спеціальність 073 «Менеджмент»
наук. кер. – Верстяк О.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Актуальність застосування інформаційних технологій у всіх сферах суспільно- економічного життя цілком очевидна. Комп'ютерні технології стають незамінними, оскільки вони надають можливість оптимізувати і раціоналізувати управлінську функцію за рахунок застосування новітніх засобів та методів збору, передачі, зберігання та перетворення інформації.

Зі зростанням обсягу інформації ми спостерігаємо збільшення чисельності людей, що активно займаються інформаційною сферою. Це стає наслідком розвитку продуктивних сил, ускладнення виробництва та його спеціалізації, а також сприяє посиленню цієї тенденції.

Початок цього процесу пов'язаний з переходом від ручних методів обробки інформації до автоматизованих. Ускладнення виробництва, зміни в соціальному, економічному та політичному житті спричиняють зростання потреб у знаннях та створенні нових засобів для їх задоволення.

Інформаційні потоки не припиняють збільшуватися, що призводить до зростання витрат на зберігання, передачу та обробку даних. У результаті більша частина працівників переходить працювати в інформаційних сферах. Суспільний прогрес тепер залежить від виробництва інформації, а не лише матеріальних благ. Інформаційний фактор впливає на дизайн, маркетинг та вартість товарів.

Країни з високорозвиненою інформаційною інфраструктурою, такі як Японія, США та Німеччина, стають ближчими до статусу інформаційного суспільства. Інформаційні системи та технології об'єднують програмні та технічні засоби для виробництва, передачі, обробки та споживання інформації.

Їх впровадження має на меті створення систем, в яких користувачі з легкістю отримують доступ до потрібної інформації у відповідний час та місце з мінімальними зусиллями. Використання сучасних технологій дозволяє підприємствам узгоджувати виробництво з попитом у реальному часі, знаходити нові канали продажів, оптимізувати структуру та підвищувати якість обслуговування [1].

Інформаційні технології значно впливають на функціонування соціально-економічних систем підприємств. Діагностика стану цих систем є важливим інструментом для виявлення можливих резервів та напрямків у наближенні порушених пропорцій до оптимального рівня [2].

Підприємство як соціально-економічна система значною мірою залежить від інформаційних технологій, які забезпечують пропорційність її функціонування. Важливим інструментом визначення стану пропорційності соціально-економічної системи є діагностика, яка дозволяє встановити можливі резерви чи напрямки наближення порушеної пропорції до оптимального рівня.

Але невизначеність та ризики в середовищі можуть призвести до кризових явищ у розвитку підприємств, тому імітаційне моделювання пропорційності їхнього розвитку є важливим кроком. Аналіз ринку інформаційних технологій в Україні також відіграє значну роль у вирішенні цих питань.

Управління підприємствами використовує послуги ІТ, такі як ІТ-аутсорсинг та розробка програмного забезпечення. Важливим завданням є формування ефективної системи управління на основі інформаційних технологій.

Впровадження інформаційних технологій у керівництві підприємством призводить до прискорення обробки даних, зменшення кількості управлінського персоналу, забезпечує керівництво високоякісною

інформацією, дозволяє своєчасно та якісно проводити аналіз господарської діяльності та прискорює прийняття управлінських рішень.

Активне застосування ІТ у керівництві підприємствами сприятиме збереженню необхідного рівня конкурентоспроможності української економіки навіть за складних умов.

Список використаних джерел

1. Кривов'язюк І. В. Управління логістичними інформаційними системами підприємства: [монографія] Львів: Манускрипт, 2011, 140 с.
2. ІТ ринок. Дослідження та рекомендації // IT Ukraine Association [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://itukraine.org.ua/it-rynok>.

Чорний Владислав
спеціальність «Менеджмент»
наук. кер. – Вдовічен А.А.
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

СУТНІСТЬ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ ТА БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному світі, більшість представників підприємницького сектору в Україні змушенні звертатися до процедур банкрутства виходячи з існуючих реалій ведення бізнесу. Оскільки ситуація, що склалася країни за умом пандемії та світової кризи обумовлена зовнішніми і внутрішніми чинниками впливу, що мають негативний вплив на функціонування підприємницького сектору.

«Діагностика кризових ситуацій на підприємстві – це системний процес виявлення, аналізу та оцінки факторів, які можуть призвести до кризи або банкрутства підприємства. Основною метою цього процесу є раннє виявлення загроз та ризиків, що загрожують фінансовій стійкості та діяльності в цілому суб'єкта господарювання, та розробка стратегій та заходів для їх запобігання чи подолання» [1].

Діагностика кризових ситуацій включає в себе такі ключові етапи [1]:

1. Визначення ознак та індикаторів кризи для конкретного підприємства.
2. Збір та аналіз фінансової та економічної інформації.
3. Виявлення причин та факторів, що впливають на фінансову нестабільність.
4. Розробка стратегій реагування та планів дій для подолання кризових ситуацій.

Під час діагностики кризових ситуацій на підприємстві необхідно керуватися рядом важливих принципів [2, с.21]:

1. Принцип раннього виявлення: кризові ситуації слід виявляти на ранніх стадіях їх розвитку, щоб мати можливість вчасно реагувати та запобігати їх подальшому загостренню.

2. Принцип комплексності: діагностика повинна враховувати різні аспекти діяльності підприємства, включаючи фінансові, економічні, організаційні та стратегічні показники.

3. Принцип об'єктивності: діагностика має базуватися на об'єктивних даних та методах аналізу, а не на суб'єктивних оцінках.

4. Принцип системності: кризові ситуації слід розглядати як складну систему, взаємозв'язану з багатьма чинниками та процесами.

5. Принцип інформаційної відкритості: діагностика повинна базуватися на доступній та достовірній інформації.

Враховуючи сучасну ситуацію економіки країни, яка відзначається кризовими явищами в усіх ланках підприємницької діяльності стає зрозумілим питання підвищення якісного рівня законодавчих регуляторів як з процедур банкрутства, так і з питань можливої адаптації напрямків його уникнення. У цьому зв'язку варто віддати належне законодавцю, котрий з 21 жовтня 2019 року ввів в дію Кодекс України з процедур банкрутства [3]. Зазначений законодавчий регулятор встановив умови та порядок відновлення платоспроможності боржника – «юридичної особи (визнання його банкрутом) з метою задоволення вимог кредиторів, а також передбачив нововведення в сфері відновлення платоспроможності фізичної особи» [4].

«Поняття «банкрутство» походить від італійського «bancarotta», а саме: «banco» – лавка, банк та «rotto» – зламаний, що дослівно звучить як «лавка зламана» [5]. Таким чином «банкрутство» означає неспроможність, відсутність засобів (грошових) у боржника (юридичної чи фізичної особи) і його відмова у зв'язку з нездатністю задовольняти матеріальні вимоги інших осіб сплачувати кредиторам за своїми борговими зобов'язаннями.

Процес банкрутства для підприємства є крайнім заходом, коли всі проведені антикризові заходи не допомогли, власники підприємства – не можуть нічого вдіяти, тобто кризові ситуації повністю паралізували роботу підприємства, а коштів, або майна на реструктуризацію боргу не вистачає, або кредитори добровільно не погоджуються на санацію боржника до відкриття провадження у справі про банкрутство. Тому діагностика кризових ситуацій, яка дозволить запобігти банкрутству є настільки важливою.

Список використаних джерел:

1. Громова А. Є., Крамаренко К. В., Рудик Т. О. Аналіз фінансового стану підприємства з огляду ефективного використання фінансових ресурсів. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 44-47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_5_14.

2. Бодруг Т.М., Гавюк Л.В. Сутність аналізу та управління фінансовим станом підприємств України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. № 22. С. 20-24.

3. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації: затв. наказом Фонду держ. майна України від 26.01.2001 № 49/121. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01>

4. Про фінансову реструктуризацію: Закон України від 14.06.2016 № 1414-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1414-19>

5. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник. Мелітополь: Люкс, 2021. 260 с.

Богдана ВОЛОВІКОВА, 4 курс,
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
наук. кер. – Романовська О. Л.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ, м. Чернівці

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Сьогодні розвиток науково-технічного прогресу зростає дуже швидко, конкуренція на ринку посилюється – все це є приводом для пошуку нових шляхів зниження циклічних ризиків і підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу. У цих ситуаціях готелі завжди повинні розраховувати на власні сили, водночас вони повинні шукати вихід із цих проблем шляхом зменшення витрат, ризиків та збільшення поля діяльності в напрямку високого та стабільного попиту. Диверсифікація є одним із шляхів вирішення проблем, зазначених вище, який полягає у вдосконаленні та модернізації організації, зменшенні залежності від вузького асортименту послуг та сприянні інноваційній діяльності.

Проведення діяльності в кризових умовах змушує українські бізнес-інституції вести постійний пошук і впроваджувати нову, більш ефективну організацію діяльності, нові послуги відповідно до потреб і запитів клієнтів.

Сьогодні принципи клієнтоорієнтованості є обов'язковою частиною організаційної поведінки готелів, що забезпечує довгострокову лояльність споживачів і сприяє виконанню бізнесу в загальній ринковій ситуації. Тобто клієнтоорієнтованість відображає ступінь відповідності готельного закладу очікуванням споживачів [1].

У бізнес-моделі, орієнтованій на послуги (service-oriented business model), основний акцент робиться не на виробництві товарів, а на створенні та наданні послуг і додаткових послуг. Такий підхід до організації бізнесу базується на концепції надання послуг, основною цінністю якої є забезпечення максимальної задоволеності клієнтів шляхом надання якісних послуг.

Основні характеристики сервіс-орієнтованої бізнес-моделі: орієнтація на процеси розробки, надання та оптимізації послуг; організація-постачальник послуг як важлива зацікавлена сторона в напрямку запитів клієнта; гнучкість і адаптивність сервісу та додаткового сервісу до змін умов зовнішнього середовища та змін індивідуальних запитів клієнтів; оцифрування процесів створення та надання послуг, які можуть бути особливо ефективними в сучасному цифровому середовищі, де клієнти цінують доступність своїх послуг та індивідуальний підхід до задоволення їхніх потреб.

До основних елементів сервісно-орієнтованої бізнес-моделі належать: сервіс; цінність споживача; сегментація ринку; гнучкість і гнучкість; інтеграція технологій; стратегічне партнерство; прозорість і комунікація;

винаходи; ключові показники (параметри) для вимірювання ефективності надання послуг; розширення клієнтської бази; орієнтація на довгострокові відносини; оптимізація власності; різноманітність. У взаємодії ці елементи дозволяють створити ефективну сервіс-орієнтовану бізнес-модель, яка сприяє успіху підприємства сфери послуг в умовах сучасного бізнес-середовища [2].

Зараз інноваційні та незвичайні послуги стають все більш популярними, тому що сучасні споживачі хочуть бути здивованими вдосконаленням методів надання послуг. Через ці причини готельний бізнес сьогодні шукає шляхи розширення своїх можливостей. Як правило, при аналізі діяльності закладу готельного господарства потреба в диверсифікації виникає, якщо виявлені наступні ризики:

- звужуються можливості розвитку основного бізнесу,
- диверсифікація відкриває нові можливості для підвищення споживчого попиту на заклад. послуги;
- диверсифікація зміцнює конкурентні позиції.

Загалом, диверсифікація, відносно нове явище, вимагає від бізнесу адаптації до швидких структурних змін, що призводить до посилення конкуренції через насичення ринку. Диверсифікація за цих умов використовує переваги входження в нові прибуткові галузі. А головне стабілізує бізнес, роблячи його стійкість до провалу в певних галузях, тому що, працюючи в різних напрямках і розвиваючи діяльність, диверсифіковане підприємство може компенсувати падіння продажі одних послуг за рахунок зростання інших. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства більш стабільні та конкурентоспроможні, ніж вузькоспеціалізовані. Вони мають можливість інвестувати капітал у прибуткові галузі. Отже, диверсифікація є організаційно-економічним фактором підвищення ефективності готельного бізнесу [3].

Отже, диверсифікація в готельному бізнесі – це економічна політика, яка спрямована на пошук шляхів використання капіталу (інвестицій), що забезпечує розподіл економічного ризику та додаткових фінансових ресурсів.

Суб'єкти готельного бізнесу мають внутрішні резерви для здійснення концентрованої (вертикальної) диференціації, оскільки діяльність включає багато додаткових послуг, у розрізі базових (гостинність), ресторанных, сімейних, спортивно-розважальних, творчих, лікувальних та ін.

Список використаних джерел:

1. Бовш Л. А. Диверсифікаційний підхід до клієнтоорієнтованого управління діяльністю суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу. *Наукові горизонти*. 2020. Т. 23, № 11. С. 88–100.
2. Сагайдак М. Партнерство та диверсифікація як чинники формування сервісно-орієнтованої бізнес-моделі підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2023. №4 (320). С. 271–277.

3. Салімон О., Сидоренко Т., Бондаренко В. Формування стратегії диверсифікації послуг готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. *Наукові інновації та передові технології*. № 2 (4). 2022. С. 218–230.

Сергій КАРДИНАЛ, 1 курс «Магістр»
наук. керівник – Гнатишена І.М.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

Mykola Kardynal, das 1. Studienjahr,
Fachrichtung 072 «Finanzen, Bankenwesen, Versicherung und
Aktienmarkt»
Wissenschaftliche Betreuerin - Hnatschena I.,
Tschernowitz Institut für Handel und Wirtschaft
der Staatlichen Universität für Handel und Wirtschaft,
Tscherniwzi

INVESTITIONEN UND FINANZIERUNG IN DER HOTELLERIE

Die Einordnung des Finanzierungsproblems in das Hotelmanagement ist heutzutage sehr aktuell. Zur Erhaltung einer Wettbewerbsfähigkeit sind Hotels gezwungen, ihr Angebot den sich verändernden Bedürfnissen ihrer Gäste anzupassen und neue Bedürfnisse zu wecken. Das erfordert Investitionen, d.h. finanzielle Mittel, mit denen ein bestimmtes Produkt-Markt-Konzept umgesetzt werden kann. Investition und Finanzierung sind in der Hotellerie sowohl eine Frage der Existenzgründung als auch der Existenzsicherung. Bei der Gründung einer Hotelunternehmung entsteht das Problem, dass der Geldkreislauf beginnt, lange bevor das Hotel eröffnet wird. Es müssen Anlagen und Vorräte beschafft sowie Mitarbeiter eingestellt werden, noch bevor Umsatz getätigt wird. Damit entstehen Kosten, wie Vorinvestitionskosten und Voreröffnungskosten (Pre-Opening-Kosten). Die Gründung einer Hotelunternehmung wird nicht mit genügend Eigenkapital finanziert. Vielfach muss Fremdkapital aufgenommen werden, um den Geldkreislauf in Gang zu setzen. Dabei sind vom Management Entscheidungen zu treffen, z.B. zu den Finanzierungsquellen, den Kapitalgebern, den Bedingungen, zu denen das Kapital zu bekommen ist oder wie es zurückgezahlt werden kann. Nicht nur bei der Gründung einer Hotelunternehmung tritt das Problem der Finanzierung auf, sondern auch im laufenden Betrieb, bei der Existenzsicherung. Der betriebliche Prozessablauf ist im Hotel durch zwei gegenläufige Ströme (Güterströme und Geldströme) sowie durch den leistungswirtschaftlichen und finanzwirtschaftlichen Bereich gekennzeichnet. Der leistungswirtschaftliche Bereich kann nur funktionieren, wenn die finanziellen Mittel zur Beschaffung der Produktionsfaktoren vorhanden sind und über den Markt, d.h. über den Absatz und den Konsum der Leistungen, zurückgewonnen

werden. Dabei kommt beim Hotelbetrieb die Besonderheit hinzu, dass Leistungserstellung, Absatz und Konsum der Hotelleistung örtlich und zeitlich zusammenfallen. Die Güterströme und Geldströme sind daher so zu gestalten, dass ein störungsfreier betrieblicher Leistungsprozess gewährleistet ist. Das ist Aufgabe des Managements. Die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit bedeutet für den laufenden Hotelbetrieb, dass auf Grund des Konkurrenzdruckes und der Notwendigkeit auf die Markterfordernisse einzugehen, kontinuierliche Modernisierungs- und Anpassungsinvestitionen in ein marktfähiges Hotelprodukt notwendig sind.

Bei der Hotelfinanzierung geht es um die Beschaffung von Mitteln für den Betrieb eines Hotels. Die Gründe für die Suche nach einer Finanzierung können vielfältig sein, aber letztendlich geht es darum, Geld aus externen Quellen zu beschaffen, um das gewünschte Ziel zu erreichen. Die Kapitalbeschaffung ist ein wichtiger Aspekt jeder geschäftlichen Investition, und Hotels sind da angesichts ihres Facettenreichtums keine Ausnahme. Daher müssen Sie sich erst einmal um Ihre Finanzen kümmern, bevor Sie ein großes Hotelprojekt in Angriff nehmen.

Bei einer Hotelinvestition sind Gewinne keinesfalls sicher. Wie bei jeder geschäftlichen Investition gibt es potenzielle Risiken und Fallstricke, wenn die Investition nicht gut gemanagt wird. Und manchmal hat man auch einfach Pech.

Die Hotelbranche kann aber durchaus lukrativ sein. Sie erholt sich ganz gut von der Pandemie, und es gibt noch viel Wachstumspotenzial für die Zukunft. 2022 wurden 1.842 neue Hotels eröffnet. Prognosen zufolge wird sich diese Zahl in den kommenden Jahren auf 2.480 Hoteleröffnungen (2023) bzw. auf 2.707 Hoteleröffnungen (2024) erhöhen. Mit der richtigen Kombination aus Preis, Standort, Leistungen und Strategie kann man [also sicherlich ein profitables Hotel betreiben](#).

Eine Hotelfinanzierung kann verschiedene Formen haben und hängt vom gewählten Ansatz ab. Mögliche Szenarien sind beispielsweise:

- Refinanzierung des bestehenden Hotels
- Renovierung des bestehenden Hotels
- Erwerb eines Hotels
- Bau eines neuen Hotels

Alle diese Optionen haben jeweils einen unterschiedlich hohen Finanzierungsbedarf, und es müssen möglicherweise verschiedene Finanzierungsquellen herangezogen werden. Ganz allgemein gilt jedoch: Wenn man Geld von einem Kreditgeber oder einer Kreditgeberin erhält, umfasst dies Aspekte eines Geschäfts- oder Immobiliendarlehens. Auf dieser Grundlage wird es in der Regel in Form eines gewerblichen Immobiliendarlehens genehmigt.

Bevor die Unternehmer sich um eine Finanzierung für ihr Hotel bemühen, sollten sie einen soliden Geschäftsplan erstellen, damit sie und ihre Kreditgeberinnen besser verstehen, was sie benötigen und was sie erreichen möchten. Der Geschäftsplan ist zudem hilfreich, wenn sie einen Vorschlag

ausarbeiten oder sich mit potenziellen Investor:innen oder Kreditgeber:innen treffen.

Ein Geschäftsplan sollte Folgendes beinhalten:

- Eine grobe Prognose der erwarteten Ertragskraft des Hotels
- Ziele, das beteiligte Team und die Erfolgsstrategie
- Eine Branchen- und Wettbewerbsanalyse
- Einen Kapitalbedarf
- Die potenzielle Investitionsrentabilität

Je detaillierter, präziser und zielgerichteter Geschäftsplan ist, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass er das Interesse potenzieller Investor:innen weckt. Wird nicht deutlich, wie sie ihre Investition (und mehr) zurückbekommen, werden sie wahrscheinlich die Finger von dem Projekt lassen.

QUELLENVERZEICHNIS:

1. Bern B., Denk C. Finanzierungsmodelle für KMU, Bern, 2012, S. 108
2. Liebig V. Finanzierungsalternativen in der Hotellerie, Grin Verlag, 2023, 36 S.
3. Meintolk A. Projektfinanzierung in der Hotellerie, Wiesbaden 2019, 185 S.

Андрій ЗАБУРМЕХА, студент 2 курсу,
спеціальності 181 «Харчові технології»
наук.кер. – Гут Л.В.

Чернівецький торговельно-економічний інститут
ДТЕУ м. Чернівці

ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Програмне забезпечення для закладів ресторанного господарства включає широкий спектр інструментів, які спрямовані на автоматизацію та оптимізацію управління всіма аспектами роботи ресторану. Розглянемо окремі характеристики, особливості, методи впровадження, дієвість та функції такого програмного забезпечення

Характеристики та можливість обробки замовлень включає автоматизацію таких операцій: управління меню, прийом замовлень, обробку платежів і видачу рахунків.

Управління запасами допомагає відстежувати рух запасів та здійснювати управління складом продуктів і інгредієнтів.

Управління персоналом передбачає ведення таблицю виходу на роботу, облік робочого часу, формування відомостей нарахування зарплати, тощо.

Аналітика та звітність: простий та зрозумілий інтерфейс для персоналу ресторану сприяє наданню власнику, топ-менеджеру даних про продажі, прибуток, витрати і інші важливі показники для прийняття рішень.

Основними параметрами впровадження програмного забезпечення у закладах ресторанного бізнесу є:

- підтримка різних видів закладів в організаційній структурі закладу: програмне забезпечення повинно бути адаптоване до різних потреб;
- інтеграція з обладнанням: можливість інтеграції з POS-терміналами, принтерами для кухні, системами оплати за надані послуги і т. д.;
- впровадження методів навчання та тренування персоналу: надання спеціального навчання та підтримки персоналу для оволодіння програмним забезпеченням:

- зменшення людських помилок, так як автоматизація деяких процесів допомагає уникнути помилок у замовленнях, розрахунках та спряє оптимізації процесів управління та швидкості обслуговування клієнтів.

Процес встановлення програмного забезпечення передбачає, з однієї сторони, поступове впровадження окремих операцій працівників з поступовим розширенням їх функціоналу, а, з другої сторони, постійну підтримку виробника, яка проявляється у співпраці з командою розробників для вирішення проблем та надання підтримки.

Програмне забезпечення у сфері ресторанного бізнесу налаштоване на здійснення моніторингу і управління ресурсним потенціалом закладу за такими напрямками:

1. Моніторинг складу дозволяє відстежувати кількість продуктів на складі та здійснювати автоматичне поповнення запасів.
2. Аналітика та звітність мінімізує час на створення звітів про продажі, прибуток, витрати тощо.
3. Адміністрування та управління персоналом включає: розподіл завдань, графіки роботи, облік робочого часу, навчання та розвиток персоналу
4. Кухонна система передбачає автоматизовану систему передачі замовлень на кухню для швидкого і точного обслуговування.
5. Автоматизація, замовлення та обслуговування споживачів базується на основі формування електронного меню, використання системи замовлення на різних етапах обслуговування (від прийому до оплати).
6. Аналіз і звітність передбачає збір та аналіз даних про продажі, популярність страв, поведінку клієнтів тощо
7. Безпека та контроль доступу характеризує: обмеження доступу до конфіденційної інформації та системного програмного забезпечення, захист даних: шифрування та захист основних даних клієнтів, фінансових транзакцій та іншої конфіденційної інформації.
8. Виявлення шахрайства здійснюють системи, які відстежують і аналізують транзакції та виявляють шахрайські дії.

На основі проведеного моніторингу баз даних власник закладу і вищий управлінський персонал має можливість здійснювати:

- планування ресурсів шляхом оптимізації графіків поставок;

- управління фінансовими ресурсами;
- управління закупівельною діяльністю;
- управління платежами шляхом інтеграції з платіжними системами для безпечних і швидких транзакцій;
- управління замовленнями та запасами допомагає ефективно управляти замовленнями, відстежувати запаси, контролювати витрати та планувати постачання;
- фінансовий облік полегшує в часі :ведення обліку доходів, витрат, податків та інших фінансових аспектів ресторанного бізнесу;
- комунікація з клієнтами: система бронювання столиків, збір відгуків клієнтів, програми лояльності тощо.
- збільшення прибутковості за рахунок вдосконалення управління запасами, оптимізації методів ціноутворення.

Процес впровадження програмного забезпечення має і певні недоліки. Так, в умовах невизначеності, в яких на даний час працюють заклади ресторанного бізнесу, можуть мати місце непередбачувані збої в програмному забезпеченні через відсутність електроенергії; інтеграція програмних систем може бути дорогою, а для навчання персоналу можуть знадобитися додаткові зусилля.

Загалом, прогресивне програмне забезпечення для закладів ресторанного бізнесу є невід'ємною частиною сучасного управління ресторанним бізнесом, допомагає забезпечити ефективну роботу всіх працівників, задоволення клієнтів, збільшення прибутковості та баченням шляхів покращення діяльності у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Програма для ресторану – все, що потрібно закладу URL: <https://joinposter.com/ua/business/restaurant>
2. Програмне забезпечення для управління ресторанами URL: <https://www.waiterio.com/blog/uk/programne-zabezpechennya-dlya-upravlinnya-restoranami-yak-ce-pracyuie/>
3. Програма ULTRA-cook URL: <https://ultra-company.com/restaurant/ultra-cook/>

Марія ФІРЧУК, 4 курс,
спеціальність 071 «Облік і оподаткування»
наук. кер. – Маначинська Ю.А.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ НА ДОГОВІРНІЙ ОСНОВІ

Потенційних перспектив для розвитку готельного господарства в Україні чимало. Індустрію туризму в Україні багата своєю історією, унікальними культурними традиціями, свободою пересування та бажанням співпрацювати, що також може вплинути на готельний сектор. Було виявлено, що готельні послуги для підприємницької діяльності є найбільш точним відображенням ринкового попиту та коливань пропозиції. Можливість створити систему оцінки послуг на ринку є у незалежних постачальників готельних послуг.

З кожним роком готельна індустрія переживає зростання та розвиток. Відкриваються нові приватні готелі, розробляються вдосконалені плани та проекти. Окрім готельного бізнесу, триває також розвиток готельної інфраструктури. Очікується, що готелі забезпечать гостям високий рівень комфорту. Таким чином, керівництво готелів розширило свої пропозиції для гостей, надаючи їм першокласні та сучасні послуги.

У сучасних економічних умовах основним джерелом доходу від об'єктів розміщення для більшості готельних компаній є, як і в попередньому випадку, опублікована ставка (базова ціна за готельний номер), але це пов'язано з наданням готельних послуг в рамках укладеного договору про співпрацю (ставки контракту). Іноземці та особи без громадянства, які користуються послугами з тимчасового розміщення, справляються туристичним збором, згідно з Податкового кодексу України [1].

На 01.01.2024р. максимальний розмір туристичного збору за добу на 1 особу становить: до 35,50 грн. – для внутрішнього туризму; до 355,00 грн. – для в'їзного туризму. Фактичний розмір туристичного збору на територіях кожної громади встановлюють органи місцевого самоврядування [2].

В Україні більшість готелів, у сучасних будівлях, мають низку зручностей, таких як бізнес-центри, хімчистки та пральні; засоби зв'язку; обмін валюти; транспортні послуги (наприклад, авіап перевезення або громадський транспорт); магазини/торгові точки (включаючи сувенірні); бари та ресторани; більярдні кімнати; фітнес-центр; салон краси. Варто зазначити, що не всі готельні послуги надаються готелем.

В Україні методологічні засади формування інформації про доходи від основної діяльності в бухгалтерському обліку визначені НП(С)БО 15

«Доходи», в якому дохід трактується, як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, що призводить до збільшення власного капіталу [3].

Розмір доходу від надання готельних послуг, як правило, є добутком тривалості перебування (днів) на вартість номера, а у разі попереднього бронювання – тривалості перебування (днів) бронювання та тарифу за номер. Організаційні аспекти визнання доходів від надання готельних послуг повинні забезпечувати відповідну основу для створення обґрунтованих висновків, які можуть привести до об'єктивних та ефективних управлінських рішень шляхом врахування альтернативних витрат [4, с. 126 – 133].

Підприємства готельного господарства серйозно ставляться до цих умов, оскільки в договорі зазначено, що туристична агенція, яка укладає договір, зобов'язується забронювати щонайменшу кількість туроднів. У таких ситуаціях договір прямо передбачає, що корпоративна ціна застосовуватиметься за умови, що протягом періоду дії контракту заброньовано принаймні певну кількість робочих днів.

Готель виступає податковим агентом, це означає, що туристичні збори вираховуються з доходу, отриманого від послуг готелю. Туристичний збір розраховується на основі суми грошей, яку ви витратили на нічліг у готелі, мінус будь-які додаткові збори. Покупцями є як турфірма, так і компанія, яка укладає договір розміщення туристичної організації або її співробітники. У кожному випадку юридична угода укладається між сторонами уповноваженими сторонами. Якщо мова йде про надання готельних послуг, то договір укладається на підставі оформлення документів на проживання і підтверджується квитанцією або іншим рахунком-фактурою на оплату готельних послуг. Ціна, визначена в договорі (контрактний тариф), як правило, відрізняється від ціни, зазначеної в прейскуранті готельного об'єкта (публікований або корпоративний) [4, с. 126 – 127].

Керівництво готелю має повноваження відхиляти подібні контракти або коригувати ціну на основі опублікованого прейскуранта готелю, якщо вони не відповідають жодному з критеріїв розміщення. Якщо така ситуація має місце, підприємство готельного господарства проводить моніторинг візиту клієнта в рамках укладеного договору, щоб зробити правильний перерахунок у разі помилки турфірми, яка уклала цей договір.

Однак у більшості випадків готелі не обов'язково проводять цей перерахунок, якщо туристичне агентство не додержується умов щодо кількості днів. Це тому, що договір передбачає два варіанти вирішення питання. Перше – перерахунок, а друге – не укладення договору у майбутньому [4, с.127].

Фактично наявність фрази «готель має право...» в договорі: означає, що саме готель приймає рішення про проведення перерахунку або розірвання договору. Так, якщо відносини між готельним комплексом та турфірмою не припиняються, виконується п. 10 НП(С)БО 15 «Дохід», а всі необхідні умови

для визнання доходу, пов'язаного з наданням послуг виконуються [3]. Тому готель повинен перерахувати свої зобов'язання, виставити новий (додатковий) рахунок туроператору та провести залік платежу.

Пунктом 10 НП(С)БО 15 «Доходи» встановлено наступне: готелі можуть точно оцінити свій дохід; безперечно, що від надання послуги буде одержана економічна вигода; можна достовірно оцінити ступінь завершеності операції з надання послуг на звітну дату; до того ж витрати, пов'язані з наданням послуги, можуть бути достовірно оцінені [3].

Однак найбільш суперечливим аспектом визнання доходу є твердження про те, що готель надав послугу. Якщо готель має добову ставку за номер, то до 12:00 ранку наступного дня не відомо, що послуга є повністю надана [4, с. 128].

Дотримання принципів та умов визнання доходів від надання готельних послуг суттєво впливає на визначення кінцевих фінансових результатів діяльності готелю протягом звітного періоду. Підприємства готельного господарства взяли на озброєння практику звітування про доходи від надання послуг розміщення, що передбачає виїзд клієнтів з готельного номера.

Прогнозування та облік отриманих доходів від послуг з розміщення є обов'язковим. Доходи готелю можуть розраховуватися щоденно, протягом перебування гостя у колективному закладі розміщення або на дату балансу, тобто днів, що залишилися, якщо гість продовжує проживати в номері [4, с. 132]. Що стосується зарубіжного досвіду основних бухгалтерських концепцій, то дохід повинен фіксуватися і відображатися в бухгалтерському обліку лише тоді, коли здійснюється господарська діяльність, і його оцінка вже повинна бути вільною від випадкових спотворень.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України : Закон України від 27.07.2020 № 821-IX. Дата оновлення: 01.04.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 22.04.2024).
2. Туристичний збір в Україні: за якими правилами сплачувати. Головбух. 6 березня 2024. URL. <https://buhplatforma.com.ua/article/7556-nov-pravila-turistichnogo-zboru-yak-za-nimi-pratsyuvati> (дата звернення: 23.04.2024).
3. Дохід : Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 : наказ Міністерства Фінансів України від 29.11.1999 р. № 290 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text> (дата звернення: 22.04.2024).
4. Маначинська Ю.А. Облік і аналіз фінансових результатів в готельному господарстві : монографія. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2014. 431с. URL. <http://chtei->

knteu.cv.ua/ua/content/download/nayka/monography/oblik_analiz_2014.pdf (дата звернення: 23.04.2024).

Матеріали
VII студентської наукової Інтернет-конференції
«СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА», 16 травня 2024 року. Чернівці, 2024. 159 с.

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальні за випуск: *Каріна ПАЛАМАРЕК*

Комп'ютерна верстка та макетування: *Анастасія ПАРАЩУК*

http://www.chtei-knteu.cv.ua/ua/ktorg_np_konf/

Підписано до друку 16.05.2024.