



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТОРГІВЛІ»

**«ІННОВАЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ  
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»**

II ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО- ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

19 ТРАВНЯ 2021 РОКУ

ТЕРНОПІЛЬ 2021



«Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності у готельно-ресторанному бізнесі». Збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції – Тернопіль ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», 2021. – 194 с.

Редакційна колегія: Людмила Крукевич, Тетяна Когут, Людмила Малюта., Уляна Гураль, Ганна Горішна, Ольга Стець, Ольга Мучинська

За достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв та інших відомостей відповідають автори публікацій.

Рекомендовано до друку методичною радою ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

Протокол №9 від 18.05. 2021 року

Комп'ютерна верстка Ольга Стець, Ольга Мучинська

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1

#### СУЧАСНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА, ЯК ПЕРЕДУМОВА ЯКІСНИХ ЗМІН НА РИНКУ ПОСЛУГ

**Тетяна КОГУТ**

СУТНІСТЬ КОМПЕТЕНТНІСНОГО ПІДХОДУ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ФАХОВОГО МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА.....11

**Грицишин Стефанія**

МЕТОД ПРОЄКТІВ – ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ НАВЧАННЯ.....12

**Тімар І.В.**

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ПРОФЕСІЙ «КУХАР», «КОНДИТЕР» ..... 14

**Гаврищак Галина**

СКЛАДОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ..... 16

**Сопіга Віктор , Гаврилко Ірина**

ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У ПРОЦЕС ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА» ..... 18

**Стойко Вадим**

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОНФЛІКТІВ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....20

**Льчишина Наталя**

МОТИВАЦІЯ СТУДЕНТІВ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....21

**Шуль Марія**

ПРОЄКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ.....23

**Галина Гаврилюк**

ОСВІТА ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....24

**Левицька Тамара**

ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОМПОНЕНТОМ-НАЙМЕНУВАННЯМ «ЇЖА» В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ..... 27

**Задаянюк Надія**

ОСОБИСТІСТЬ ЛЮДИНИ І РЕГУЛЯТОРИ ЇЇ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ.....29

**Кусяк Владислава**

ПРОБЛЕМИ БУЛІНГУ ТА КІБЕРБУЛІНГУ В УКРАЇНІ.....30

### СЕКЦІЯ 2

#### ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

**Крукевич Людмила**

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ... 32

**Островська Галина**

РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ.....	34
<b>Малий О.І.</b> ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	36
<b>Пасічник Юлія</b> ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ФАХІВЦІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....	38
<b>Крукевич Людмила</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НУТРИЦІОЛОГІЇ У СФЕРІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	40
<b>Малюта Л.Я.</b> ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	42
<b>Гладчук Оксана</b> АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ФОРМАТУ DARK KITCHEN НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	44
<b>Забурмеха Андрій</b> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ.....	46
<b>Владимир О. М</b> ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ГОТЕЛЬНОРЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ. 48	48
<b>Березівська Надія</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	50
<b>Мельник Л. М.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ГАЛИЧИНИ.....	52
<b>Рущинська Катерина</b> ІННОВАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ ГОСТИННОСТІ – ЕКО-ГОТЕЛІ.....	54
<b>Ковальова Катерина</b> СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	55
<b>Стець Ольга</b> СФЕРА ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	57
<b>Артем Антонів</b> КОНТРОЛЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ЗАКОНОДАВЧОМУ РІВНІ В УМОВАХ ФУД-КОРТУ.....	59
<b>Алілуйко Марія</b> СЕНСОРНИЙ МАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	61

<b>Чумак М. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	63
<b>Ковбаса Іванна</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ «ЕДЕЛЬВЕЙС» .....	65
<b>Янюк Ольга</b> СВІТ КАВ'ЯРЕНЬ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО.....	68
<b>Михайлишин М. В.</b> ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.....	70
<b>Леся Гвоздецька</b> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....	72
<b>Стець Ольга</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ З ПРОФЕСІЇ «ОФІЦІАНТ» У СФЕРІ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.....	74
<b>Білецька Оксана</b> ЕКОТУРИЗМ – ВАГОМИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	76
<b>Мучинська Ольга</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	78
<b>Дацій Назарій</b> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНОСТЬ ЕТНІЧНИХ РЕСТОРАНІВ.....	79
<b>Романчук Іванна</b> ІННОВАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	81
<b>Стадник Олена</b> SMM ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	83
<b>Стець Ольга</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ З ПРОФЕСІЇ «ОФІЦІАНТ» У СФЕРІ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.....	84
<b>Любачівська Христина</b> МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	86
<b>Левицька Тамара</b> ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИННИХ ТУРІВ.....	88
<b>Ткач Наталія</b> ЗАСТОСУВАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	90

<b>Панчук Богдана</b> ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ- ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	92
<b>Матеха Юлія</b> ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ – ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	97
<b>Андрушків Б. М.</b> ОКРЕСЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	99
<b>Шерстюк Р. П.</b> ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ТА ТОЛЕРАНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ДЖЕРЕЛО БІЗНЕС- ЕФЕКТИВНОСТІ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	102
<b>Глушок Руслан</b> УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ ТА ЇЇ ЛОКАЛЬНІ ВАРІАНТИ – ОСНОВНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТУ ВІТЧИЗНЯНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	104
<b>Кукурудза Аліна</b> РЕСТОРАННА ІНДУСТРІЯ В ЯПОНІЇ.....	106
<b>Іванов Назар</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	108
<b>Ходачок Анастасія</b> ОПТИМІЗАЦІЯ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ В ГОТЕЛІ.....	109
<b>Кіт Ольга</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ВИЇЗДНИХ ПОСЛУГ БАРМЕНІВ (КЕЙТЕРИНГ- БАР) .....	112
<b>Матвіїв Христина</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	114
<b>Головчинська Руслана</b> НОВОВВЕДЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ .....	116

### СЕКЦІЯ 3

#### АКЦЕНТИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<b>Володимир Явний</b> АНАЛІЗ ФІЗИКО – ФІМІЧНИХ ЗМІН В ПРОЦЕСІ МАРИНУВАННЯ М'ЯСА...117	117
<b>Білецька Олена</b> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ.....	119
<b>Горішна Ганна</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ (ПЛОДІВ ШИПШИНІ) У ХАРЧУВАННІ.....	120
<b>Ванькович Богдан</b>	

ЕВОЛЮЦІЯ КУХОННИХ ПЛИТ.....	121
<b>Головчинська Руслана</b> АКЦЕНТ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ХАРЧУВАННЯ НАРОДУ УКРАЇНИ.....	123
<b>Чаплій Аліна</b> НЕБЕЗПЕЧНІ РЕЧОВИНИ У ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ, ЩО ШКОДЯТЬ ЗДОРОВ'Ю ЛЮДИНИ.....	124
<b>Клим Ольга</b> ДОСЛІДЖЕННЯ БЛОКУЮЧОЇ ДІЇ ЗАСВОЄННЯ НУТРИЄНТІВ ЇЖІ І ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ.....	125
<b>Власюк Наталія</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ ЧАЮ ТА ЙОГО ВПЛИВУ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ.....	127
<b>Дмитришин Юлія</b> ВАКУУМУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....	130
<b>Інна Хомишак</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ДОСЯГНЕНЬ ХІМІЇ У НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЯХ ПРИГОТУВАННЯ ЇЖІ.....	131
<b>Талько Вікторія</b> ХАРЧУВАННЯ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ СПОРТСМЕНІВ.....	134
<b>Кисляк Світлана</b> СУЧАСНА КУЛІНАРІЯ – ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ.....	135
<b>Брегін Дмитро-Тарас</b> ОСОБЛИВОСТІ КУХНІ НАРОДІВ СВІТУ.....	136
<b>Головчинська Руслана</b> АНАЛІЗ КУХОНЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ.....	137
<b>Талько Вікторія</b> ОБГРУНТУВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ВЛАСТИВОСТЯМИ ЖИРІВ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯМ У ХАРЧОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ.....	139
<b>Шупта Надія</b> ОСОБЛИВОСТІ СТАРОДАВНЬОЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ.....	141
<b>Яценік Володимир</b> ОСОБЛИВОСТІ ХАРЧУВАННЯ ПРИ ЗАНЯТТЯХ ФІЗИЧНОЮ КУЛЬТУРОЮ І СПОРТОМ.....	142
<b>Шпиль Микола</b> СУЧАСНІ НАПРЯМКИ КУЛІНАРІЇ В РЕСТОРАНАХ ТЕРНОПОЛЯ.....	144
<b>Мучинська Ольга</b>	



АЛЬТЕРНАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАЧИНОК ДЛЯ ПІЦИ.....	145
--	-----

**Яцишин Ольга**

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ.....	147
---	-----

**Надал Роксолана**

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	149
---	-----

**Івасько Ірина**

ВЕГЕТАРІАНСЬКИЙ СТИЛ – КЛЮЧ ДО ЗДОРОВ'Я.....	150
--	-----

**Анастасія Гривас**

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ КУХНІ В РЕСТОРАНАХ УКРАЇНИ.....	152
---	-----

**Канівець Наталя**

ЗНАЧЕННЯ СУЧАСНОГО УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	154
---	-----

**Вінярський Максим**

ТРАВ'ЯНІ ЧАЇ НАШОГО РЕГІОНУ.....	156
----------------------------------	-----

**Саламандра Катерина**

ШПИНАТ: УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНГРЕДІЄНТ.....	157
---------------------------------------	-----

**Бобровська Тетяна**

ДІАЛЕКТНА ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА ХАТНЬОГО НАЧИННЯ У ТВОРАХ М. КОЦЮБІНСЬКОГО.....	159
---	-----

**Головчинська Руслана**

ТРАДИЦІЇ ТА КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ СТРАВ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ.....	161
---	-----

#### СЕКЦІЯ 4

#### НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ХЛІБОПЕКАРНОМУ ТА КОНДИТЕРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВАХ

**Ганна Корбут**

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПРИГОТУВАННІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ.....	162
--	-----

**Марков Віталій**

ЗНАЧЕННЯ КОКОСОВОГО БОРОШНА В СУЧАСНОМУ КОНДИТЕРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ.....	164
---	-----

**Шевченко Ассоль**

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ КАКАО-БОБІВ.....	166
---	-----

**Сірський Святослав**

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	168
--	-----

<b>Бондарук Софія</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ РЕЦЕПТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ.....	170
<b>Гарасим Людмила</b> СТРАТЕГІЧНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ.....	171
<b>Баньковська Катерина</b> ЗБИВНІ КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ БЕЗ ЦУКРУ.....	173
<b>Кобиліух Каріна</b> ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ДЕСЕРТІВ В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ.....	176
<b>Сеньків Олександр</b> ПРИЧИНИ ВИКОРИСТАННЯ МИГДАЛЕВОГО БОРОШНА У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	176
<b>Хомишак Інна</b> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ВИДІВ БОРОШНА В ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ХЛІБА.....	178
<b>Мацюк Світлана</b> ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ БІСКВІТІВ.....	179
<b>Чумак Дмитро</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ОЗДОБЛЕННІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В КОНДИТЕРСЬКИХ М. ТЕРНОПОЛЯ.....	181
<b>Чорна Софія</b> АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕКСТРАКТІВ ДИКОРΟΣЛИХ РОСЛИН НА ЗБЕРЕЖЕННЯ СВІЖОСТІ ХЛІБА.....	183
<b>Свистун Ярина</b> ТЕХНОЛОГІЇ СУБЛІМАЦІЙНОГО СУШІННЯ ПРОДУКТІВ У ВИРОБНИЦТВІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ.....	187
<b>Підгорецька Сніжана</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ.....	187
<b>Кулька Олександр</b> ДОСЛІДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ НА ХЛІБОПЕКАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ.....	189
<b>Бабій Ірина</b> АСОРТИМЕНТ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРИРОДНИХ ПРОДУКТІВ.....	190
<b>Ткач Наталія</b> ФОРТИФІКАЦІЯ ХЛІБА ЙОДОМ ТА СЕЛЕНОМ.....	192

## СЕКЦІЯ 1

### СУЧАСНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА, ЯК ПЕРЕДУМОВА ЯКІСНИХ ЗМІН НА РИНКУ ПОСЛУГ

УДК 378.14

**Тетяна КОГУТ**

*к. п. н., заступник директора з  
навчально-методичної роботи ДВНЗ  
«Тернопільський коледж харчових  
технологій і торгівлі»*

#### СУТНІСТЬ КОМПЕТЕНТНОГО ПІДХОДУ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ФАХОВОГО МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА

Сучасне суспільство вимагає від навчального закладу підготовки фахівців, які мають ряд професійних компетентностей: професійні знання, уміння, навички, прийняття відповідальних рішень, власний досвід у нестандартних ситуаціях, розв'язання важливих проблем. На ряду з цим здатні легко адаптуватися, вирізняються мобільністю, динамізмом, конструктивністю, вмінням реалізувати свої творчі проекти.

Сьогоднішній випускник закладів фахової передвищої освіти має бути здатний і готовий до конструктивного досягнення успішної життєдіяльності в мінливих суспільно-економічних умовах, самостійного і свідомого вирішення складних життєвих завдань, породжених інформаційними, економічними, соціальними, політичними, культурно-релігійними процесами третього тисячоліття [1, 4, с. 30].

Професійне самовизначення є одним із найважливіших кроків у житті випускника коледжу, що за сприятливих обставин направляє його подальший шлях до самореалізації, кар'єрного успіху, матеріального благополуччя, досягнення зрілості, вищих рівнів професіоналізму і майстерності [4, с. 32].

Ми повністю погоджуємось із думкою про те, що підсумком становлення та розвитку професійної компетентності є: готовність випускників до відповідно спрямованої професійної діяльності; здатність до самостійного опанування знаннями, які є її основою; сформованість особистісних професійно важливих якостей.

Вимоги роботодавців визначаються не тільки знаннями випускників закладу фахової передвищої освіти, скільки способом діяльності «уміння», «здатність», «готовність».

Підготовка компетентних конкурентноспроможних фахівців харчових технологій, торгівлі, готельно-ресторанного бізнесу, здатних постійно навчатися, самовдосконалюватись, створювати і засвоювати інновації – головна мета нашого навчального закладу.

На реалізацію даної мети викладачі коледжу спрямовують свій досвід, талант і педагогічну майстерність. Вони діють за принципом: щоб бути успішними, потрібно постійно рухатись вперед, змінюватись відповідно до інновацій в освітньому просторі, бути в пошуку таких педагогічних технологій, які б ефективно формували основні професійні компетентності.

Сучасна освіта має бути спрямованою на підготовку фахівців, спроможних відповідати за своє професійне майбутнє, здатних затвердити себе в умовах конкуренції на ринку праці. В сьогоднішніх умовах оновлення змісту освіти основними завданнями педагогів є розвиток нових якостей особистості фахівця, перехід до нових форм і методів навчання, впровадження в освітній процес комп'ютерного і матеріально-технічного оснащення [3].

Питання формування фахових компетентностей не може бути остаточно визначеним. Ця тема є своєчасною і актуальною.

Таким чином, мова йде про нові освітні результати системи фахової передвищої освіти, в рамках яких знання є необхідною, але не достатньою умовою досягання якості освіти фахового молодшого бакалавра. Мова йде про професійну компетентність. Вивчаючи досвід колег, підтримуємо позицію у тому, що існує багато близьких за змістом понять, таких як «компетентність», «компетенція», «кваліфікація». Є суттєва різниця між значенням цих слів.

Компетентність – якість людини, що має всебічні знання у будь-якій області і думка якої є вагомим, авторитетним.

Компетентний – обізнаний, поінформований, авторитетний у будь-якій галузі.

Компетенція – коло повноважень посадової особи або коло питань, в яких даний суб'єкт є обізнаним чи має досвід особистої діяльності.

Компетентність і компетенція є взаємодоповнюючими поняттями: компетентна особа, яка не має компетенції не може в повній мірі реалізувати свою компетентність. Якщо компетенції особа отримує разом із посадою, компетентності треба формувати під час навчання [2, с. 9].

Із вище зазначеного можна зробити висновок, що компетентнісний підхід полягає у формуванні професійної компетентності та формуванні й розвитку ключових компетентностей студента у процесі навчання. Професійна компетентність фахівця забезпечується сукупністю сформованих професійних компетентностей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про фахову передвищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2745-19>.

2. Дроздова І. Компетентність і компетенція – визначальні поняття у формуванні фахового молодшого бакалавра. Фахова передвища освіта, випуск 2, Київ – 2019.

3. Земляна Е. Інтеграція знань в освіті, технологія проведення інтегрованих занять [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2310>

4. Кузнєцова П., Касадалик В., Кликова В. Формування професійних навичок та відповідної компетентності випускника в ході практичної підготовки фахівців легкої промисловості. Матеріали VII науково-методичної конференції «Роль закладів фахової передвищої та професійної освіти в системі безперервної освіти», Одеський технічний коледж ОНАХТ, Одеса – 2020.

*Грицишин Стефанія*

*викладач-методист*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,*

*м.Тернопіль*

#### **МЕТОД ПРОЄКТІВ – ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ НАВЧАННЯ**

Аналіз будь-якої сфери суспільного життя сьогодні свідчить про те, що розвиток людства набирає дедалі динамічнішого характеру: зміна ідей, знань, технологій відбувається швидше, ніж зміна людського покоління.

Технології навчання теж повинні йти на випередження часу. Бажаємо ми цього чи ні, але технологічні інновації самі знаходять шляхи впливу на освіту. Тому на сучасному етапі в освіті спостерігаються тенденції пошуку і розробки нових альтернативних технологій навчання, більш ефективних, оптимальних, результативних, ніж ті, що існували в минулому.

Нині однією з найважливіших педагогічних проблем стало впровадження в освітній процес засобів і методик, які допомагають підростаючому поколінню самореалізуватися на основі природних даних і розвитку здібностей. Критерієм успішності стає не стільки процес отримання суми знань або інформації, не повторення готових результатів, а формування компетентностей, досвіду.

Реформування освіти, яке сьогодні відбувається в Україні, інтенсивний розвиток українського суспільства висувають певні вимоги і щодо освітньої, професійної кваліфікації працівників різних галузей виробництва та обслуговування. Основною рисою випускника закладу передфахової вищої освіти будь-якого профілю має бути його конкурентоспроможність, що передбачає не лише володіння теоретичними знаннями, а й здатність застосовувати набуті знання на практиці, високий рівень загального розвитку, вміння мислити цілісно, критично й нестандартно, приймати самостійні рішення й адаптуватися в мінливих умовах, виявляти творчий підхід до розв'язання тих чи інших проблемних виробничих ситуацій.

Одним із найбільш перспективних дидактичних засобів навчання, що забезпечують формування такого широкого кола компетенцій є метод проєктів, «в основі якого, лежить розвиток пізнавальних, творчих навичок студентів, умінь самостійно конструювати свої знання, орієнтуватися в інформаційному просторі й критично мислити» (О.П.Буйницька) [1].

Вибір даного методу в навчанні української мови за професійним спрямуванням обумовлено тим, що він дає можливість зосередити увагу тих, хто навчається, не на самій мові, а на проблемі, професійному чиннику майбутньої діяльності студентів, зсунути акцент з лінгвістичного аспекту на змістовий, дослідити й обдумати вирішення ділового питання літературною українською мовою.

«Я знаю, навіщо я навчаюсь, де і як я можу ці знання застосувати» – основна теза сучасного розуміння методу проєктів. Тому цей метод підходить для роботи всім викладачам-предметникам. Що ж стосується викладання української мови за професійним спрямуванням, то він надає педагогу великі можливості для виконання навчальних завдань і розвитку творчих здібностей студентів. Допомагає вирішити низку важливих завдань, зокрема: підвищення загальномовної культури майбутніх спеціалістів сфери обслуговування та їх фахової мовної культури; засвоєння мовних стереотипів комунікацій певного фаху (готельєрів, рестораторів, техніків-технологів); формування практичних навичок ділового усного і писемного професійного спілкування в колективі; збагачення словникового запасу термінологічною, фаховою лексикою.

З-поміж завдань проєктної діяльності на заняттях з української мови за професійним спрямуванням можна виділити:

- вироблення самостійних дослідницьких умінь студентів;
- сприяння розвитку творчих здібностей і логічного мислення;
- об'єднання знань, отриманих у ході навчального процесу, й пошук нової, додаткової, інформації професійного спрямування;
- залучення студентів до аналізу й вирішення певних життєвих, виробничих ситуацій і проблем [3].

Успішну реалізацію проєктних технологій можна втілити під час вивчення тем розділу «Лексичний аспект сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні»: «Слова іншомовного походження у термінології рестораторів», «Харчові технології. Термінологія галузі», «Менеджмент. Синонімічний вибір слова» тощо. Здійснення даних навчальних проєктів ґрунтуватиметься на знаннях студентів про термінологічні системи їхніх професійних галузей, набутих на попередніх заняттях.

Кінцева мета навчання майбутніх фахівців підприємств харчової індустрії, готельно-ресторанного бізнесу – формування професійно орієнтованої комунікативної компетентності, яку розглядають як мовну поведінку, яка є специфічною для академічного та фахового середовища. При цьому комунікативна компетентність є провідною і стрижневою, оскільки лежить в основі всіх інших видів компетентностей [4]. Результативними будуть проєкти: «Мистецтво ведення перемовин», «Етика ділового спілкування», «Майстерність публічного виступу».

Розробка будь-якого проєкту має перетворитися в матеріалізований продукт, оформлений у вигляді схем, таблиць, колажів, мультимедійних презентацій, афіш

тощо.

Надзвичайно важливим є захист проекту, під час якого студенти обговорюють запропоновані рішення, дискутують, висувають аргументи і контраргументи; виробляють вміння вислуховувати співрозмовника до кінця неперевбиваючи, задавати йому запитання, спростовувати його судження або, навпаки, погоджуватися з ним, розгортаючи думку.

У дискусії найефективніше формується професійна компетенція, професійне мислення та мовлення, під час обговорення виявляються суперечності виробничого характеру, вибудовується логіка доводів позиції учасників проекту.

Втілення проектної технології в початковий процес передбачає тісну співпрацю викладача і студента. Роль викладача є, на перший погляд, другорядною, що дає студентам змогу відчувати себе відносно самостійними й, певною мірою, необмеженими під час роботи над завданням. Проте він є керівником, куратором і суддею будь-якого проекту, саме він є консультантом, який відповідає на запитання, що виникають у виконавців проекту під час їх роботи, допомагає добирати довідкову літературу, спрямовує діяльність у необхідне русло. Студенти є основними суб'єктами проекту.

Звичайно, проектні технології не можуть практикуватися на кожному занятті. Однак, цей вид роботи суттєво допомагає оптимізувати навчальний процес і зробити його більш значущим для здобувачів освіти.

Отже, проектна технологія передбачає застосування викладачем під час занять сукупності дослідницьких, пошукових, творчих методів, прийомів та засобів навчання, чітко орієнтованих на реальний практичний професійний результат; дозволяє формувати у студентів навички самостійного ведення досліджень у професійній галузі, що допоможе їм у подальшому реалізовувати більш складні проекти у професійній діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Буйницька О.П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання: [навчально-методичний посібник для самостійного вивчення курсу]. – Кам'янець-Подільський: ПП Буйницький, 2009. – 100 с.
2. Малюк Л.П., Балацька Н.Ю. Інноваційні ресторани технології. – Х: 2012
3. Пехота О.М. Освітні технології: [навчально-методичний посібник]./ О.М. Пехота, А.З. Кіктенко, О.М. Любарська та ін. – К.: А.С.К., 2004. – 256 с.
4. Пентилюк М. Культура професійного спілкування через призму лінгводидактики / М. Пентилюк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2012. – Випуск 31. – С. 137–142.

***Тімар І.В.***

*ДНЗ «Вишнівецький професійний ліцей»*

*сmt. Вишнівець*

*майстер виробничого навчання*

#### **ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ПРОФЕСІЙ «КУХАР», «КОНДИТЕР»**

Першою сходинкою в активізації пізнавальної діяльності учнів і тією базою, на основі якої застосовуються інші методи, що вимагають їх більшої самостійності, є розуміння учнями навчального матеріалу, що вивчається. Для досягнення цього майстер використовує бесіду, яку підкріплює яскравими фактами, наводить влучні приклади з життя, залучає учнів до спілкування, чим зацікавлює до процесу навчання.

У подальшій організації навчально-виробничого процесу майстер надає можливість учням проявляти ініціативу та націлює на самостійну роботу. Починаючи з мотивації навчальної діяльності учнів майстер завжди звертається до життєвого досвіду дітей та разом

з ними визначає мету: задаються питання: «Що будемо вивчати?», «Навіщо?», «З чим в учнів асоціюється дана тема?», проводяться вправи «Що прийшло на думку?» тощо. Крім цього, при формуванні позитивної мотивації майстер демонструє учнівські проекти як кінцевий результат роботи на уроці, або визначає мету уроку через постановку проблеми, розв'язання якої приведе до подолання ще однієї сходинки до професійного успіху кожного.

Залучення учнів до обговорення матеріалу, що буде вивчатись, націлює їх на спільну роботу, дає змогу усвідомити її кінцевий результат і готує до активної навчальної діяльності, тобто, забезпечує реалізацію такого необхідного елемента пізнання як сприйняття.

Таким чином, відтворення раніше засвоєної інформації забезпечує перехід на новий рівень пізнавальної діяльності, а саме: усвідомлення засвоєних базових знань та вмінь для подальшого навчання. Виникнення інтересу до уроків виробничого навчання у значного числа учнів залежить більшою мірою від того, наскільки вміло буде побудована робота з показу трудових прийомів майстром. Адже просте спостереження не дає їм змоги постійно сконцентрувати увагу на діях майстра та на найважливіших моментах роботи. Тому майстер завжди подає матеріал дозовано та встановлює зворотній зв'язок з учнями шляхом проблемного викладу матеріалу. При цьому особливу увагу він звертає на місце уроку в темі програми та складність виконання операцій. Від цього залежить і постановка проблемних питань під час пояснення та показу прийомів.

Зміст проблемного навчання полягає у створенні особливих ситуацій у навчальному процесі, коли учень не може залишатись байдужим і орієнтуватися на рішення, зазначене тільки майстром. Кожна нова проблема не завжди викликає інтерес в учнів. Інколи виникає страх перед труднощами, невміння долати їх самостійно. У такому разі майстер підбирає завдання, яке, на перший погляд, здається простим, а насправді вимагає нестандартного підходу та створює проблему. Під час виконання такого завдання, учень змушений дослідити цю проблему, обрати правильний шлях її розв'язання.

У таких ситуаціях відбувається складна і найцінніша для розвитку особистості розумова робота: подив, прикидка, здогад, зіставлення можливих шляхів, вибір рішення, залучення доказів і, далі – перевірка правильності і цінності рішення й обраних шляхів, аналіз результатів і т.д. Обов'язковою умовою на цьому етапі вступного інструктажу є залучення учнів до демонстрації трудових прийомів, уже вивчених на попередніх уроках. На етапі закріплення трудових прийомів, які демонстрував майстер, учні мають можливість не лише відтворити окремі елементи роботи, а й спільно обговорити правильність їх виконання, відокремити особливо складні моменти при виконанні. Використовуються вправи «Я-редактор» (знайти помилки), опитування «Так чи ні?». Завдяки таким формам роботи при демонстрації трудових прийомів учні активно та усвідомлено сприймають поданий матеріал. І саме проблемний виклад, залучення до обговорення, пошук вирішення поставлених завдань забезпечують розвиток логічного мислення та свідчать про формування більш високого рівня пізнання.

Під час самостійної роботи учнів майстер розвиває їх активну діяльність, з повагою ставиться до будь-якої ідеї, намагається створити ситуацію успіху, надаючи консультації та контролюючи роботу. Такий підхід сприяє тому, що учні чітко усвідомлюють особливості отриманих завдань, уявляють план своїх дій, проявляють самостійність і творчість, відчувають відповідальність за якість роботи перед товаришами, об'єктивно оцінюють результати своєї діяльності. Така організація навчальної діяльності учнів є свідченням наявності в учнів найвищого рівня пізнання – творчого.

При підведенні підсумків уроку майстер виробничого навчання надає можливість учням оцінити власну роботу (за певними критеріями) та обговорити результати уроку, задаючи питання: «Що нового дізнались на уроці?», «Де можна використати знання та вміння теми?», «Які питання ще не вирішені?», «Що сподобалося, не сподобалося на уроці?». Це допомагає учням усвідомити досягнутий результат роботи та його важливість для розвитку їх фахових компетенцій.

Застосуванні інноваційних технологій приготування страв сприяє формуванню професійної компетентності майбутніх кваліфікованих робітників професій «Кухар», «Кондитер», підвищує інтерес учнів до професійних дисциплін, покращує мікроклімат в групі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Доцяк В. С. Технологія приготування їжі з основами товарознавства продовольчих товарів: підручник для ПТНЗ / В. С. Доцяк. – К. Наш час, 2014. – 400с.
2. Дубовіс Г.О. Українська кухня (серія «Кулінарія народів світу») / Г.О. Дубовіс. - Харків: Фоліо, 2005. – 352 с.
3. Нікуліна А.С., Сілаєва І.Є., Шевчук С.С. Сучасний урок в професійній школі: проектування, організація, аналіз: Методичний посібник. – Донецьк: ДПО ІПП. – 2008. – 160с.
4. Педагогічна книга майстра виробничого навчання: навч.-метод, посібник/ за ред. Н.Г. Ничкало. – К.: Вища школа, 1994. – 383 с.
5. Професійна освіта: словник : навч. посіб. для учнів і пед. працівників проф.-техн. навч. закл. / АПН України, Ін-т педагогіки і психології проф. освіти ; [уклад.: С. У. Гончаренко, І. А. Зязюн, Н. Г. Ничкало та ін.] ; за ред. Н. Г. Ничкало. – К.: Вища шк., 2000. – 380 с.

*Гаврищак Галина*

*Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка,  
Тернопіль*

#### **СКЛАДОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

Поняття професійної компетентності випускника закладу освіти визначається як система знань, умінь і навичок, важливих фахових якостей, що гарантують виконання професійних обов'язків на високому рівні. Компетенція і компетентність є спільними характеристиками особистості, якими вона може здобути чи вдосконалити у процесі навчання.

Неможливо прослідкувати тісний зв'язок між фаховими компетентностями, що потребують роботодавці та рівнем теоретичних знань [2], організацією процесу виробництва і надання готельних послуг, вивченням маркетингової діяльності та комплексу маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства у сфері готельно-ресторанного бізнесу, розробки короткострокових і середньострокових планів діяльності підприємств (закладів) готельного та ресторанного господарств та інш.), якими оволодівають майбутні фахівці сфери гостинності. Однак, складовими професійної компетентності випускника є такі, що передбачають здатність навчатися і самонавчатися; готовність до взаємовідносин, спілкування і професійного росту.

Складові компетенції висококваліфікованого фахівця готельно-ресторанної справи можна об'єднати у три структурні групи:

##### **I. Компетенції суб'єкта життєдіяльності:**

###### *1) компетенції охорони здоров'я і безпеки:*

- знання правил техніки безпеки та виробничої санітарії;
- знання основ законодавства про фізичну культуру і спорт, методи фізичного виховання для ведення здорового способу життя;
- розуміння норм способу життя в інших країнах.

###### *2) компетенції особистісного саморозвитку, вдосконалення, контролю над своєю поведінкою:*

- здатність керувати фізичним, духовним, психічним та емоційним станами;
- намагатися підвищувати кваліфікацію у сфері обслуговування;
- вільно розмовляти іноземними мовами.

###### *3) ціннісно-змістові компетенції фахівця сфери гостинності:*



- толерантне ставлення і повага до етнічних, національних, расових, конфесійних відмінностей;
- сприйняття культури і звичаїв різних народів;
- 4) *інтеграційна компетенція:*
  - упорядкування і здобуття знань про технологічний розвиток на виробництві;
  - гарантування його ефективності;
  - належний рівень якості продукції та послуг у закладах готельно-ресторанного бізнесу.

5) *цивільно-громадські компетенції:*

- володіння і поширення професійно-правових знань про права і обов'язки громадян під час перебування в Україні та інших державах;
- дотримання чинного законодавства у професійній діяльності.

**II. Компетенції соціальної взаємодії:**

1) *компетенції соціальної і професійної взаємодії у сфері обслуговування:*

- доброзичливість;
- комунікабельність;
- обізнаність;
- соціальна і професійна мобільність;
- уміння безконфліктно співпрацювати з колегами, знаходити організаційно-управлінські рішення, у тому числі в нестандартних ситуаціях.

2) *компетенції у професійному спілкуванні:*

- уміння логічно, аргументовано і зрозуміло будувати усну мову;
- формулювати думки комунікативними стилями, а саме: офіційним, неофіційним та науковим;
- володіти ораторським мистецтвом, високим рівнем державною та іноземною мовами, професійним етикетом;
- проводити ділові спілкування, публічні виступи, презентації, ділову переписку на паперових та електронних носіях;
- здатність до обговорення та прийняття спільних рішень, творчий підхід до роботи з колективом;
- забезпечувати прямий та зворотній зв'язок з клієнтами.

**III. Компетенції у професійній діяльності фахівців готельно-ресторанної справи:**

1) *компетенції пізнавально-аналітичної діяльності:*

- володіння знаннями та вмінням аналізувати рівень обслуговування споживачів готельних та ресторанних закладів;
- готовність до використання сучасних наукових принципів та методів моніторингу ринку готельно-ресторанних послуг, застосування новизни в організації діяльності та формування клієнтоорієнтованих послуг сфери гостинності.

2) *компетенції професійної діяльності на підприємствах сфери обслуговування:*

- уміння розраховувати, проектувати та моделювати розвиток готельно-ресторанного підприємства;
- прогнозувати ситуації на ринку даних послуг;
- знання інформації і виконання туристських вимог.

3) *інформаційні компетенції:*

- знання комп'ютерних та мультимедійних технологій, програм, створених для сфери обслуговування: систем бронювання та управління, інтерактивних телесистем;
- дотримання основних вимог інформаційної безпеки.

4) *естетичні компетенції:*

- знання різних видів мистецтва;
- готовність до художньої та творчої діяльності;
- розуміння прекрасного та бажання використати своє уміння та бачення у покращенні навколишнього середовища [1,3,4].

Таким чином, у формуванні професійної компетентності фахівця сфери обслуговування мають принципове значення, крім здобуття студентами загальнотеоретичних і спеціальних професійних знань, такі професійні компетенції як компетенції суб'єкта життєдіяльності, соціальної взаємодії, компетенції у професійній діяльності фахівців готельно-ресторанної справи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Віндюк А.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти: теорія та методика : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2011. 340 с.
2. Готельно-ресторанна справа. URL: <http://www.udau.edu.ua/ua/departments/fakulteti/fakultet-menedzhmentu/gotelno-is-revealed-restoranna-sprava.html> (дата звернення 20.04.2021).
3. Пометун О., Пироженко Л. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід : методичний посібник. Київ: А.С.К., 2012. 135 с.
4. Стаття. Огляд дисертаційних досліджень з проблем професійної підготовки фахівців готельного господарства. URL: [file:///C:/Users/Lilia/Downloads/PVSSh\\_2014\\_41\\_43.pdf](file:///C:/Users/Lilia/Downloads/PVSSh_2014_41_43.pdf) (дата звернення 20.04.2021).

УДК 378.147

*Сопіга Віктор – кандидат педагогічних наук, викладач кафедри сфери обслуговування, технологій та охорони праці,*

*Гаврилко Ірина – асистент кафедри сфери обслуговування, технологій та охорони праці.*

*Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.  
м. Тернопіль*

#### **ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У ПРОЦЕС ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА»**

Сучасні освітні тенденції вимагають нових підходів до формування актуальних компетентностей у майбутніх фахівців сфери послуг. Сьогодні є необхідність нових підходів до навчання, зокрема доцільно впроваджувати інтернет-ресурси у процес підготовки майбутніх фахівців сфери послуг, адже з одного боку відбуваються динамічні зміни в готельно-ресторанних підприємствах, а з іншого спостерігаються спрямованість надистанційного навчання у зв'язку з карантинними обмеженнями.

Проблемами підготовки фахівців готельно-ресторанної справи у вищих навчальних закладах займалися провідні науковці, зокрема: форми та методи викладання фахових дисциплін готельно-ресторанної справи досліджували О. Василенко, О. Кашинська [1; 5]; системні та концептуальні підходи до підготовки фахівців готельно-ресторанної сфери розглядали А. Віндюк, І. Носова, Т. Храпко, В. Чепок, В. Сопіга, Т. Сорока [2; 4; 6] та ін.

З огляду на ситуацію, яка склалася на даний момент у всьому світі, закладам освіти довелося перейти на дистанційну та змішану форми навчання, що стало викликом як для викладачів, так і для студентів. Особливо не просто це реалізувати при викладанні дисциплін практичного спрямування. Ми ставимо за мету розкрити окремі методичні підходи щодо впровадження дистанційного та змішаного форм навчання у процес підготовки студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа».

Дистанційні та змішані формати навчання можуть відбуватися з використанням різноманітних електронних ресурсів: месенджерів (Skype, Viber, WhatsApp, Telegram, messenger тощо); освітніх платформ (Classroom, GoogleMeet, ClassDojo, Classtime, LearningApps.org); спеціального навчального середовища, наприклад Moodle.

Дистанційне навчання у Тернопільському національному педагогічному університеті імені Володимира Гнатюка застосовується у процесі вивчення різних дисциплін і за різними напрямками, у тому числі при підготовці студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа». Для студентів у середовищі Moodle розміщується: короткий теоретичний зміст основних питань; посилки на сайти тих готельно-ресторанних підприємств, які рекомендовані для аналізу; завдання для лабораторно-

практичних робіт; рекомендації щодо виконання самостійної роботи; тести для поточного та підсумкового контролю.

Зауважимо, що при підготовці майбутніх фахівців сфери послуг доцільно їх навчити організовувати діяльність готельних та ресторанних підприємств. При цьому студентам необхідно знати класифікацію готелів та ресторанів за типами та класами. У процесі вивчення класифікації готелів, студентам у середовищі Moodle, запропоновано такі завдання для самостійної роботи:

– проаналізувати готель, відповідно до вимог української класифікації, за «ДСТУ 4269:2003

Послуги туристичні. Класифікація готелів» [3] (посилка на цей стандарт також розміщується у середовищі Moodle);

– оформити в електронному варіанті результати аналізу, який повинен містити таблицю із зазначеними компонентами, що характеризують готель;

– написати висновки, в яких зазначити та обґрунтувати клас готелю, а також недоліки та пропозиції щодо шляхів покращення діяльності цього підприємства.

Одним із засобів дистанційного навчання є короткометражні відеоролики з поясненням навчального матеріалу та демонстрацією прийомів роботи. Їх можна використовувати як при синхронному так і асинхронному форматах дистанційного навчання. В процесі синхронного формату дистанційного навчання у співпраці з студентами в режимі реального часу через онлайн-заняття на платформі Zoom, викладач демонструє їм відеоролик, має можливість призупинити демонстрацію і додатково наголосити на важливих моментах, на які потрібно звернути увагу або доповнити викладений основний матеріал у відеоролику. Після перегляду відеоролика, у формі дискусії обговорюються всі етапи виконання практичного завдання, за необхідності викладач повертається до моментів, які були не зрозумілими для студентів і роз'яснює їх.

В університетській системі дистанційного навчання Moodle здобувачів освіти за допомогою асинхронного режиму навчання мають можливість працювати у власному темпі та у зручний для себе час. Для реалізації навчання студентів дисциплін практичного спрямування у системі Moodle викладач з своєї дисципліни надає увесь комплекс необхідних матеріалів: лекції, лабораторно-практичні роботи, записані короткі відеоролики пояснення навчального матеріалу або короткометражні ролики з майстеркласами, навчальні завдання, які студенти виконують самостійно. Опитування студентів здійснюється за допомогою тестування в системі Moodle. Викладач надає орієнтовний розклад занять для слухачів курсу та терміни виконання завдань та проходження тестування, щоб вони мали уявлення про те, що їм слід робити й коли. Слід відзначити, що асинхронний формат дистанційно навчання до вподоби студентам, їх приваблює гнучкість графіка, оскільки є можливість поєднувати навчання з роботою чи іншими заняттями, доступність навчальних матеріалів у будь-який час. Адже є здобувачі освіти, яким потрібно більше часу на опрацювання тієї чи іншої теми, є слухачі з різними освітніми потребами, тож так ми можемо забезпечити диференціацію навчання.

**Висновки.** Впровадження дистанційного навчання у процес підготовки фахівців з готельно-ресторанної справи дає змогу використовувати найактуальнішу інформацію, підвищувати мотивацію студентів, навчати студентів користуватися інтернет ресурсами готельно-ресторанних підприємств. У процесі використання середовища Moodle студенти мають можливість: дізнаватися про теми, питання та завдання курсу; ознайомлюватися з теоретичними відомостями та завданнями до кожної теми; виконувати завдання, використовуючи різноманітні інтернет-ресурси, у тому числі сайти підприємств сфери послуг чи інший необхідний ресурс.

#### Список використаних джерел:

1. Василенко О. В. Методика навчання інноваційних ресторанних технологій майбутніх фахівців ресторанної справи у вищих навчальних закладах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.02. Київ. 2016. 22 с.

2. Віндюк А. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра пед. наук : 13.00.04. Запоріжжя, 2012. 40 с.

3. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів. URL: [https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3\\_4269\\_2003](https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003)

4. Інновації у підготовці фахівців технологічної, професійної освіти та готельно-ресторанного бізнесу / ред. кол. В. І. Чепок, Т. А. Храпко, І. О. Носова та ін. Херсон: Видавництво «Айлант», 2014. 222 с.

5. Кашинська О. Є. Використання веб-квестів у процесі підготовки студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа». *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2017. № 1(2). С. 108–115.

6. Сопіга В.Б., Сорока Т.П. Тенденції розвитку готельно-ресторанних підприємств як фактор впливу на підготовку майбутніх фахівців сфери обслуговування. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2019 Випуск 2 (115). С.36–41

**Стойко Вадим**

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник **Банира Валентина***

*практичний психолог*

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОНФЛІКТІВ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

Історія суспільного життя свідчить, що: конфлікти неминучі, вони існували завжди, і будуть існувати стільки скільки буде існувати спілкування людей між собою.

Поняття конфлікту можна визначити як відсутність згоди між двома або більше сторонами, які можуть бути фізичними особами або групами. Існуючі визначення конфлікту підкреслюють наявність протиріччя, яке виникає в процесі соціальної взаємодії, що полягає в протидії суб'єктів конфлікту та зазвичай супроводжується негативними емоціями [4].

Слово "конфлікт" (від лат. - *conflictus*) означає зіткнення (сторін, думок, сил). Причинами зіткнення можуть бути різні проблеми нашого життя.

Тому поняття конфлікту і є таким важливим для сучасної психології. В наш час, коли умови життя людей часто і швидко, іноді кардинально, змінюються, коли слово «стрес» і «депресія» відомі багатьом ще з шкільної парти, неможливо переоцінити актуальність проблеми конфлікту та способів і методів його вирішення.

Конфлікти досліджуються різними науками галузі гуманітарних знань. Особлива роль при цьому відводиться конфліктології. Вона призначена для вивчення різного роду конфліктів, які виникають в суспільстві і окремих його структурах між індивідами. Конфліктологія намагається синтезувати знання різних наук – соціології, політології, права, психології та ін. – з метою вивчення конфліктів і набуття контролю над ними та подальшого вирішення.

Конфлікт - це багатомірне соціальне явище, яке має свою типологію, чітку структуру та динаміку, які є типовими для всіх конфліктів.[5] Існує безліч парадигм та підходів, направлених на вивчення цього явища у вітчизняній та зарубіжній науковій психологічній літературі. У педагогічній літературі багато уваги приділяються педагогічному конфлікту по типу «учитель-учень», який заважає виконувати основні функції освітніх закладів, значно менше уваги приділяється конфліктам у ВНЗ. Сучасне студентство являє собою відносно складну та неоднорідну в психологічному плані соціальну групу, різні члени якої відрізняються як на світоглядному, так і на поведінковому рівні. При цьому, ряд характеристик студентства є ідентичними характеристикам інших соціально-демографічних груп, а інші є специфічними саме для студентів. Педагогічні конфлікти у ВНЗ мають деяку особливість: учасниками конфлікту виступають дві сформовані особистості, які мають лише різний соціальний статус. Так студент має досвід вирішення конфліктів, вже виробив свою стратегію поведінки у конфлікті, тому може на рівних протистояти викладачу у конфлікті. Частина студентської молоді, на жаль, має відносно низький рівень психологічної та конфліктологічної грамотності та культури. Це знаходить своє відображення у частому використанні конфліктних та агресивних способів поведінки, хоча велика кількість студентів не визнає наявності конфліктних ситуацій. Окрім того, найбільш популярною стратегією поведінки в конфлікті виявляється компроміс. Велика частина конфліктів серед студентів виникає через претензії на лідерство в мікрогрупах. На початку навчання конфлікти виникають через бажання студентів здобути місце лідера в період

формування навчальних груп і мікрогруп. Більшість студентів під час навчання в школі були лідерами і мають бажання зберегти позиції лідера й у вищому навчальному закладі.

На другому і старших курсах конфлікти можуть виникати між студентами, що вже займають позиції лідерів, і тими, що здобувають авторитет лідера.

Конфліктні ситуації можуть виникати й у відносинах між лідерами мікрогруп у навчальних групах і на курсах, кожний з яких може претендувати на визнання його авторитету всіма студентами. Лідери мікрогруп і навчальних груп можуть втягувати в конфлікти своїх прихильників, розширюючи масштаби конфлікту. Такі конфліктні ситуації можуть бути усунені кураторами навчальних груп (якщо вони передбачені керівними документами) та деканатом факультету, які можуть знайти кожному лідерові свою специфічну сферу лідерства, враховуючи їхні особисті інтереси та схильності.

Випадкові конфлікти можуть виникати між дівчатами та юнаками через закоханість в одну особу, через демонстрацію особистої переваги у навчанні чи одязі, через зневагу до суспільних норм моралі та наявність, або відсутність співчуття до інших. У цей період можуть виникнути конфлікти й через політичні уподобання студентів.

У юнацькому віці перед особистістю постають нові завдання, які й обумовлюють необхідність удосконалення вже сформованих умінь спілкування. Нова соціальна ситуація розвитку особистості юнака обумовлює зміни у індивідуальних особливостях особистості, внаслідок чого відбувається загострення міжіндивідуальних стосунків. І хоча навчальні заклади намагаються дати юнакам та дівчатам знання, необхідні для подолання конфліктів, юнаки часто залишаються наодинці з проблемами, які виникають у них при взаємодії з батьками, викладачами та однолітками. Як показує практика, для подолання конфліктності педагогам не вистачає ефективних рекомендацій, доступних для широкого застосування у молодіжному середовищі, тому проблема наукового розгляду чинників виникнення конфліктів у юнацькому віці та відпрацювання на цій основі нових пропозицій з їх попередження та подолання продовжує залишатися актуальною.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гришина Н.И. Психология конфликта.-М.:Знание, 2005.
2. Рыбакова М.М. Конфликт и взаимодействие в педагогическом процессе.-М.,1991.
3. Партико Т.Б. Загальна психологія.-К.:Видавничий дім «Ін Юре», 2008
4. Скібіцька Л.І. Конфліктологія. Навч. посіб.-К.:Кондор, 2009.
5. <http://www.info-library.com.ua>

*Ільчишина Наталя*

*ВСП «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ»,*

*м. Одеса*

*викладач I кваліфікаційної категорії*

#### **МОТИВАЦІЯ СТУДЕНТІВ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Освіта – один із найдавніших соціальних інститутів, що виник через потребу суспільства відтворювати і передавати знання, уміння, навички, готувати нові покоління до життя, готувати суб'єктів соціальної дії для вирішення економічних, соціальних, культурних проблем, що стоять перед людством. У сучасному світі освіта – складне і багатоманітне суспільне явище, сфера передачі, засвоєння і перероблення знань та соціального досвіду. Освіта – це певна система навчальних і виховних закладів, що здійснюють різноманітні форми залучення їх досвіду в засвоєння багатств культури. Освіта інтегрує різні види навчальної і виховної діяльності, їх зміст в єдину соціальну систему, орієнтує їх на соціальне замовлення, соціальні потреби суспільства. Серед соціальних інститутів сучасного суспільства освіта займає одну з провідних позицій. Адже благо людини, становище культури та духовності в суспільстві, темпи економічного, науково-технічного, політичного і соціального прогресу залежать від якості та рівня освіти.

Навчання, уміння, вивчення, освіта та інші поняття, терміни використовуються для забезпечення навчального процесу.

Інтеграція України в європейське та світове співтовариство, зростання темпів науково-технічного прогресу, вимагають підготовки висококваліфікованих, конкурентноспроможних спеціалістів, здатних ефективно працювати у новій соціально-економічній ситуації. Пошук і створення нових орієнтирів розвитку суспільства та особистості передбачає удосконалення системи освіти, головним призначенням якої є не лише оволодіння студентами ВНЗ навчальною діяльністю, а й формування цілеспрямованої, активної, впевненої в своїх силах особистості.

Сучасне суспільство висуває високі вимоги до майбутнього спеціаліста: уміння нестандартно мислити, знаходити оптимальні рішення, аналізувати, проводити рефлексію власних дій, співвідносити їх з метою діяльності, мати глибокі, стійкі знання та уміння їх застосовувати у професійній діяльності. Цим умінням, знанням молодого спеціаліста може сприяти високий рівень мотивації навчальної діяльності.

Одним із напрямків підвищення особистої ефективності підростаючої особистості є формування мотивації навчання студентів, що визначає успішність учбової діяльності, задоволення як процесом, так і результатом отримання знань у процесі навчання, прагнення проявити власні здібності, що дає можливість позитивно переживати як сам процес пошуку, так і накопичення нових знань. Крім цього, приділяється велика увага питанням самоосвіти та постійній роботі над підвищенням власної компетентності.

Основною ознакою професійної спрямованості є “становлення професійної домінанти у свідомості студента, сформованість образу професії, усвідомлення себе як суб’єкта професійної діяльності”. Сформованість мотиву набуття знань та отримання професії є невід’ємною складовою ефективності учбової діяльності. При цьому важливо, щоб мотивація була внутрішня, безпосередньо пов’язана зі змістом цієї діяльності, щоб студент “знаходив у ній задоволення найбільш глибоких пізнавальних потреб, інтересів і схильностей, потреби в особистісному саморозвитку”.

Після отримання диплому випускники закладів фахової передвищої освіти продовжують з метою отримання вищої освіти.

Дослідження показують, що все більша кількість студентів мають прагматичні мотиви навчання, такі як соціальний престиж професії, авторитет навчального закладу. З іншого боку, зростає чисельність студентів, які не збираються працювати за фахом, а вступили до навчального закладу, тому що їм подобається певний предмет, задля підвищення інтелектуального рівня. Згідно досліджень соціологів більшість студентів ВНЗ мають такі мотиви навчання: уникнення служби в армії (у юнаків), можливість спілкування з однолітками, престижність диплома про вищу освіту. Це свідчить про девальвацію вищої освіти, коли цінністю стає не знання, освіта, а документ. Тому важливою метою закладів вищої та фахової перед вищої освіти є мотивація студентів до здобуття вищої освіти, з подальшим працевлаштуванням за фахом.

Одним з видів мотивації студентів коледжів для здобуття вищої освіти є організація різних профорієнтаційних заходів, що направлені, як на спонукання до подальшого навчання, а також на популяризацію та підвищення престижу тієї чи іншої спеціальностей.

На базі ВСП «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ» застосовується інформаційний підхід в роботі направлений на мотивацію студентів до подальшого навчання в Одеській національній академії харчових технологій. В рамках цього підходу регулярно проводяться:

- освітні виставки, дні відкритих дверей, ярмарки вакансій;
- зустрічі з представниками ОНАХТ;
- презентації, семінари, присвячені профорієнтаційній тематиці.

Крім інформаційного підходу сумісно з представниками академії в коледжі в профорієнтаційній роботі застосовують розвиваючий підхід, мета якого є формування різноманітних знань, умінь і навичок, необхідних для опанування професії. До таких форм розвиваючих методів належать:

- тренінги та майстер-класи, які розвивають окремі компетенції, необхідні для успішного опанування професією або для оптимізації навчання;
- ділові ігри, які дозволяють приміряти на себе різноманітні професійні ролі та відтворити ситуацію трудових стосунків і рішень специфічних задач у групі;
- студентські конференції тощо.

У сучасному сьогоднішньому важливим є не просто навчання молоді людини предметним знанням, вмінням, навичкам, а й розвиток її особистості як активного суб'єкта суспільної діяльності, відповідального за своє життя, життя оточуючих, розвиток всього суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дусавицкий А.К. Развитие личности в студенческом коллективе в зависимости от сформированности учебно-профессиональных интересов: учебно-методическое пособие. –Х.: ХНУ имени В.Н.Каразина, 2012. –32 с..
2. Багдасарьян Н. Г., Немцов А. А., Кансузян Л. В. Послевузовские ожидания студенческой молодежи // Социологические исследования. - 2003. - № 2. - С. 22-26.
3. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / [під заг. ред. О. В. Овчарук].– К.: «К.І.С.», 2004. – 112с.

*Шуль Марія*

*викладач ДВНЗ “Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі”*

### **ПРОЄКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ**

У сучасних умовах коледж має навчити студентів не тільки професії, але самостійно здобувати знання та застосовувати їх на практиці, грамотно опрацьовувати інформацію, бути комунікабельним та самостійно працювати над розвитком власного інтелекту, творчо мислити та генерувати нові ідеї, вміти приймати рішення та швидко адаптуватися до змін в суспільстві.

Одним із головних завдань програми з інформатики є забезпечення умов для оволодіння певними прийомами діяльності та навичками їх застосувань до розв'язування практичних задач. Застосування інформаційних технологій в освітньому процесі дає змогу підвищувати ефективність навчання, робити заняття нетрадиційним, цікавим, насиченим. Актуальність цього зумовлена необхідністю в розробці нових методичних підходів до впровадження та використання електронних навчальних ресурсів у професійній підготовці майбутніх кваліфікованих працівників. Реалізація можливостей інформаційно-комунікативних технологій, методично обґрунтоване їх використання дозволяє зробити заняття більш динамічними, матеріали – більш наочними і зрозумілими, підвищити зацікавленість студентів у набутті професії. Нині українська освіта стоїть на порозі значних зрушень у розвитку та запровадженні інноваційних технологій. Сукупність електронних інформаційних об'єктів (документів, документованих відомостей та інструкцій, інформаційних матеріалів та ін.), інформаційно-об'єктне наповнення електронних інформаційних систем (електронних бібліотек, архівів, банків даних, інформаційно-комунікаційних мереж та ін.), призначені для інформаційного забезпечення функціонування і розвитку системи освіти. Це надає можливість пояснити студентам процедуру передавання безперервно зростаючого обсягу загально технічної та спеціальної інформації, певним чином вирішувати проблему індивідуалізації процесу навчання, формувати навички самостійно здобувати та удосконалювати свої знання та навички культурної поведінки в умовах гіпермедіа систем. Нині помітно зросла кількість досліджень, предметом яких постало питання щодо застосування інформаційно-комунікаційних технологій та їх запровадження у підготовці майбутніх спеціалістів.

Для реалізації поставлених завдань найперспективнішим є метод проєктів. Він створює умови для творчої самореалізації, підвищує мотивацію до навчання, сприяє розвитку інтелектуальних здібностей. Метод проєктів — це освітня технологія, спрямована на

здобуття знань у тісному зв'язку з реальною життєвою практикою, формування специфічних умінь і навичок завдяки системній організації проблемно-орієнтованого навчального пошуку. Проект – це комплекс заходів, обмежених в часі, для створення унікального продукту. Навчальний проект – послідовність взаємопов'язаних дій студентів один з одним та з викладачем, які виконуються за певний проміжок часу, для отримання результату.

У процесі виконання проектів студенти мають змогу виявити свої здібності, навчаються творчо співпрацювати в групі. Застосування методу проектів у навчальному процесі дає можливість перетворити інформатику на пов'язаний із реальним життям навчальний предмет, активізувати навчально-пізнавальну активність, забезпечити зв'язок теоретичного матеріалу з його практичним застосуванням, надати студентам самостійно здобувати та опрацьовувати інформацію. Отже, проектна діяльність сприяє підвищенню якості навчальної та професійної підготовки майбутніх кваліфікованих робітників.

Студенти, які навчаються за професією «Харчові технології та інженерія», провели захист наукового проекту «Справа мого життя». Проект спрямований на практичне застосування теоретичних знань з предмету «Інформатика» загальноосвітньої підготовки. Завдання проекту: увійти себе в ролі підприємця та створити модель свого власного бізнесу, пов'язаного з майбутньою спеціальністю.

Проектна робота включала такі завдання, виконані у будь-яких, зручних для студентів, засобах:

- 1) логотип підприємства та візитівку;
- 2) буклет з інформацією по організацію;
- 3) рекламу свого закладу (презентація або відеоролик);
- 4) таблицю, у якій представлено асортимент послуг, та модель розрахунків виробництва;
- 5) базу даних підприємства.

Проект спрямований на практичне застосування теоретичних знань з інформатики у ракурсі своєї майбутньої професії.

Критерії оцінювання результатів роботи студентів у проекті: розуміння актуальності проекту; мотивація участі у виконанні проекту; роль та рівень участі у проекті; рівень знань (умінь), набутих у проекті; результативність використаних методів і засобів виконання проекту (інструментів, програм); активність у ході виконання проекту; допомога однокласникам (співробітництво) у ході виконання проекту; рівень комунікативної культури (уміння та навички працювати в команді); участь в оформленні результатів проекту; рівень лідерських та виконавчих здібностей; представлення результатів.

Упровадження проектних технологій стимулює та мотивує молодь до отримання знань та формування умінь, забезпечує оптимізацію процесу професійного навчання та сприяє розвитку загальних і професійних компетенцій майбутніх спеціалістів. Отже, можна сміливо стверджувати, що застосування проектів - це реалія сучасного освітнього процесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Освітні технології: Навчально - методичний посібник за загальною редакцією О.М.Пехоти, К., 2002 р.
2. Нові педагогічні та інформаційні технології в системі освіти. / Под ред. Є.С. Полат. - М., 2000 р.
3. [http://prima.lnu.edu.ua/Pedagogika/periodic/pedos3t/tom1/17\\_breslavska.pdf](http://prima.lnu.edu.ua/Pedagogika/periodic/pedos3t/tom1/17_breslavska.pdf)

*Галина Гаврилюк*  
викладач вищої категорії,  
викладач-методист  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»



## ОСВІТА ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Глиbokі зміни, що відбуваються в нашому суспільстві, позначаються на всіх сферах життя, в тому числі на системі освіти. В той же час суспільний прогрес, розвиток економічних, політичних інститутів прямо впливають на освітню сферу. Освіта є цілісна система навчальних, виховних форм педагогічної діяльності, орієнтованої на соціальне замовлення, соціальні потреби громадянського суспільства. Освіта сьогодні є головною моральною підвалиною суспільства. Від неї багато в чому залежить, яким буде наше суспільство завтра, куди воно піде, як буде жити далі. [2] Освіта належить до таких інституцій, від якості й рівня розвитку яких безпосередньо залежить прогрес суспільства загалом і людської особистості зокрема. [ 2]

Отже, сучасна освіта формує майбутню країну, перспективи її розвитку. Без належної освіти держава, народ і культура не мають майбутнього. Ефективна освіта є саме тим імпульсом, який збуджує творчість, спонукає людину до дії, виховує спосіб життя, відповідний до цивілізаційних форм і способів його організації і здійснення.

У сучасному світі освіта - складне й багатоманітне суспільне явище, сфера передавання, засвоєння й перероблення знань і соціального досвіду. Освіта - один із найдавніших соціальних інститутів, що викликаний потребами суспільства відтворювати і передавати знання, уміння, навички, готувати нові покоління для життя, готувати суб'єктів соціальної дії для вирішення економічних, соціальних, культурних проблем, що стоять перед людством. У житті людини навчання займає тривалий період. На думку українського вченого В.Б.Шевченка, освіта - це поняття української філософії і культури, що теоретично фіксує, виражає і пояснює соціокультурне самовідтворення конкретно взятої нації і, зрештою, всього людства.

Знаковою ж особливістю освіти є те, що в ній найбільш повно розкривається цілеспрямований характер людської діяльності. Від того, які цілі ми поставимо перед освітою сьогодні, значною мірою залежатимуть майбутні досягнення. Звідси зрозуміло, що без розбудови освіти неможливий процес реального державотворення. Недостатня увага до освіти загрожує національній безпеці країни. Справді, яку б зі складових національної безпеки ми не взяли - економічну, політичну, військову, енергетичну, інформаційну, екологічну - скрізь потрібні висококваліфіковані фахівці, брак яких ставить під загрозу саме існування держави [ 2 ].

У наш час освіта відіграє важливу роль в житті людини. В умовах жорсткої конкуренції на ринку праці особливе значення мають знання, навички та досвід. Фахівець ХХІ століття - це людина, яка вільно володіє сучасними інформаційними технологіями, постійно підвищує і вдосконалює свій професійний рівень. Придбання нових знань і навичок, практично корисних і застосовуваних у роботі в епоху інформаційного суспільства значно розширює можливості самореалізації і сприяє кар'єрному росту. [1]

«Українські вищі повинні готувати конкурентноспроможних у сучасному світі людей», - наголосив на одному з виступів Володимир Зеленський. У сучасній Україні система освіти безперервно розвивається. Для неї характерне постійне оновлення й саморозвиток. [4] Зміни в системі освіти відбуваються і вони викликані новими реаліями життя суспільства.

По-перше, перехід суспільства до вільних ринкових відносин потребує нових висококваліфікованих фахівців у галузях економіки, менеджменту, маркетингу, банківської справи, бухгалтерського обліку та аудиту, права, на ринку послуг тощо, яких раніше не готували взагалі або підготовка яких ґрунтувалася на зовсім інших засадах.

По-друге, інтеграція України у світову спільноту потребує нових навичок і знань у царині міжнародного права, зовнішньоекономічної діяльності, досконалого володіння іноземними мовами. Без цього долучитися до міжнародного співтовариства неможливо.

По-третє, нові засоби нагромадження, зберігання і трансляції інформації вимагають вільного володіння персональним комп'ютером, уміння працювати в глобальній електронній мережі інтернет [ 2 ].

Реформування освіти в Україні є складовою процесу адаптації національної освітньої системи до змін, що відбуваються останні двадцять років у європейських країнах і пов'язані з визнанням значущості знань як рушія суспільного добробуту та прогресу. Проте, загальна адаптація системи до потреб демократичних і ринкових перетворень, входження у світовий освітній простір відбувається все ще повільно.

Нова епоха породжує попит на новітню освіту чи інноваційну освіту. Сучасна освіта – це, перш за все, відхід від традиційних класичних форм із переходом на платформу інформаційних мереж, зокрема, інтернет. Від того на скільки оперативно система освіти реагує на зміни в суспільстві залежить її ефективність. Велика роль щодо ефективності освіти відводиться педагогу, викладачу, від його вміння правильно вибрати методи і прийоми навчання в конкретних умовах. А це не так просто. На сьогоднішній день дуже важливо формувати у студента вміння вчитися, учитися як стати ефективним. Адже половина професій найближчим часом може змінитися. Світ, суспільство постійно змінюється, тому вміння вчитися стає дуже актуальною проблемою. На перший план слід поставити індивідуальну роботу зі студентами. Не менш важливою є орієнтація на сучасні засоби навчання, а саме: навчальні модулі, кейси, ділові ігри, консультативні проекти, інформаційні технології, модульно-тьюторську систему організації навчання та ін. [ 3]

Сьогодні в Україні, як і в усьому світі, на порядку денному постала дистанційна освіта. Впроваджуються форми дистанційної освіти – навчальні заняття, консультації, вебінари, онлайн-форуми, віртуальні екскурсії тощо. Сьогодні розроблені нові освітні платформи. Дистанційне навчання є перспективною сферою розвитку освіти в умовах її цифровізації. Водночас таке навчання у разі потреби дозволяє забезпечити індивідуальну освітню траєкторію здобувача освіти, а також неперервність освітнього процесу у випадку надзвичайних обставин, які об'єктивно унеможливають відвідування закладів освіти.[1]На Заході ця форма з'явилася вже досить давно і має велику популярність серед студентів через її економічні показники і навчальну ефективність. Дистанційну форму навчання ще називають "освітою протягом усього життя" через те, що більшість тих, хто навчається, - дорослі люди. Багато хто з них вже має вищу освіту, проте через необхідність підвищення кваліфікації або розширення сфери діяльності у багатьох виникає потреба швидко і якісно засвоїти нові знання і набути навички роботи. Саме тоді оптимальною формою може стати дистанційне навчання.

Таким чином, інноваційна освіта, що включає в себе новітні методики, уже є реальністю. А тому свою педагогічну діяльність, як і всі викладачі нашого коледжу, спрямовую на підготовку висококваліфікованих спеціалістів, здатних знайти своє місце на ринку праці, активно включитися у різні сфери життя суспільства. Запроваджуючи нові прогресивні методи навчання з широким використанням інтерактивного спілкування, мультимедіа, дистанційного навчання, вчу використовувати студентів набуті знання та заохочую поновлювати їх самостійно, оскільки без цього людина не має шансів адаптуватися до динамічних умов розвитку суспільства.

Таким чином, освіта - це дзеркало соціально-економічного та культурно-історичного стану країни.

Аналізуючи вищезазначене, слід підкреслити, що освіта впливає практично на всі сфери суспільного життя. Роль освіти в соціальному та економічному розвитку суспільства велика. Тому освіта - це запорука майбутнього країни, важлива складова її національної безпеки. Без належної освіти держава, народ і культура не мають майбутнього. В Україні, як і в інших високорозвинених країнах світу, освіта вважається однією з головних складових загальнолюдських цінностей. Демократизація суспільства, інтелектуалізація праці і швидкий розвиток сучасних технологій вимагають оволодіння сучасними знаннями та розвитку нових форм організації освітнього процесу. Від сьогоднішньої освіти залежить якою буде людина і суспільство в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дистанційна освіта. [Електронний ресурс] - Режим доступу:<http://vmz.org.ua>

2. Додон Н.Г. Освіта як складова соціокультурної політики.[Електронний ресурс ] - Режим доступу:<http://academy.gov.ua>
3. Інноваційна педагогіка майбутнього.[Електронний ресурс] - Режим доступу:<http://www.aizo.com.ua>
4. Освіта в сучасній Україні.[Електронний ресурс] -Режим доступу:[pidrutniki.com/pedagogika](http://pidrutniki.com/pedagogika)

*Левицька Тамара*  
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»  
м.Тернопіль  
науковий керівник: **Кузьма О.Б.**  
викладач, спеціаліст вищої категорії

## **ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОМПОНЕНТОМ-НАЙМЕНУВАННЯМ «ЇЖА» В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

**Анотація.** Статтю присвячено розгляду англомовних фразеологізмів з компонентом-найменуванням «їжа» на матеріалі лексикографічних джерел. Фразеологічні одиниці належать до особливо складних та суперечливих за своєю сутністю мовних утворень. Саме вони найвиразніше передають красу мови, культуру народу та життєві цінності, допомагають скласти яскравий образ, висловити почуття та емоції. Особлива природа фразеологізмів зумовлює необхідність застосування комплексного підходу для їх дослідження. Лексеми харчової семантики становлять особливий інтерес з точки зору лінгвістичного дослідження. Найменування їжі й усього, що з нею пов'язане, належать до ключових лінгвокультурних концептів. Та наукових доробок по цій темі мало. Отже, актуальність дослідження зумовлена загальною спрямованістю сучасної фразеології на комплексне вивчення одиниць лексико-фразеологічного рівня, що передбачає, зокрема, висвітленням семантичних та лінгвокультурних особливостей ФО з компонентом-найменуванням «їжа».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз лінгвістичної літератури дозволяє констатувати, що фразеологія англійської мови є предметом дослідження А. І. Альохіної, Н. М. Амосової, О. В. Куніна, О. І. Смирницького.

**Мета статті** – проаналізувати класифікаційні та структурні характеристики ФО з компонентом-найменуванням «їжа» в сучасній англійській мові. Відповідно до зазначеної мети, ми поставили такі завдання: дослідити особливості вживання ФО з компонентом-найменуванням «їжа», охарактеризувати розподіл ФО із зазначеним компонентом за структурною класифікацією, проаналізувати даний ФО за типом переосмислення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Під фразеологічною одиницею ми розуміємо стійкі, зв'язані єдністю цілісного змісту, постійно відтворювані в мовленні словосполучення або висловлення, які ґрунтуються на стереотипах етносвідомості, є репрезентантами культури народу й у ряді випадків характеризуються образністю й експресивністю. Фразеологія – це відбиток картин реальності, де містяться фрагменти культури, історії, етнографії, психології, світогляду, релігії, менталітету, відтворюється національний характер народу [4, 52]. Основою структурної класифікації ФО на позначення їжі стала структурна класифікація О. В. Куніна [3]. Таким чином ФО з найменуванням їжі було розподілено на: 1) номінативні ФО; 2) номінативно-комунікативні ФО; 3) ФО, які не належать ні до номінативних, ні до комунікативних; 4) комунікативні ФО.

До першого класу відносяться звороти з предикативною структурою і частково предикативні вислови, наприклад: *bite the hand that feeds one* - відплатити чорною невдячністю.

До другого класу належать дієслівні стійкі словосполучення. Цей клас містить у собі фразеологізми з компонентом їжі типу: *eat dust* – зазнати покарання; *feed one's vanity* – тішити чиясьсамолюбство; *eat one's head off* – дуже багато їсти; *chew the cud* –

пережовувати старе; eat humble pie – принижуватися; milk the bull – займатися марною справою [8; 9].

Третій клас - вигуківі словосполучення: by gum! – Ось тобі і маєш!; pull baker! – а ну ще! (заохочення осіб, що змагаються); holy mackerel! – Нічого собі!; cheese it! – Тікай! [8]

До четвертого класу, до якого автор відносить ідіоми, прислів'я, приказки, приповідки.

Згідно з класифікацією О. В. Куніна, англійські фразеологізми з компонентом-найменуванням «їжі» можна розподілити на наступні чотири групи:

1. Дієслівні стійкі поєднання: feed one's vanity – тішити чиясь самолюбство; milk a hegoat into a sieve – доїти козла в решето (марно витратити час.); eat the fat of the land (тж. to eat the bread of luxury) – жити в розкошах; жити на широку ногу; bite off more than one can chew – переоцінювати свої сили; chew the fat with (someone) – з'їсти пуд солі з кимось [5; 6; 7].

2. Стійкі поєднання з прикметниками: have a sweet tooth – бути ласуном; bitter cup – гірка чаша; sour contract – необдумано укладена угода; half-baked – незрілий; have bigger fish to fry – мати важливіші справи; hot potato – делікатна тема [8].

3. Стійкі поєднання з іменниками: banana oil – дурниця, нісенітниця, дурниці; jam tomorrow – обіцянка чогось доброго, чого ніколи не буде; be off one's onion – бути несповна розуму; grape on the wall – щось дуже бажане, але недосяжне; sop in the pan – ласий шматочок [9].

4. Стійкі поєднання з прийменниками: dollars to doughnuts – без сумніву; from soup to nuts – від початку до кінця; by gum – Ось тобі і маєш!; between the cup and the lip a morsel may slip – надвоє баба ворожила; make mince meat out of smth. – не лишити каменя на камені [9].

Аналіз лексикографічних джерел надає можливість з'ясувати, що за функціонально-стилістичним підходом, а саме за типами переосмислення виділяють такі типи ФО: фразеологізми-порівняння, фразеологізми-метафори та фразеологізми-метонімії.

**Фразеологізми-порівняння.** Як зазначає О. Кунін, у сфері фразеології можуть використовуватися структурно-семантичні моделі ФО. Цей тип моделювання наявний у стійких порівняннях, які ще називаються компаративними зворотами. Найпоширенішою зазвичай є модель «as + прикметник + as + іменник (чи словосполучення)»; також такі звороти можуть вживатися із лексемою like; можливий заперечувальний зворот із структурою neither ... nor; використовуються також ступені порівняння прикметників: as easy as apple pie – дуже легко, просто; neither fish nor fowl – ні риба, ні м'ясо; like taking candy from a baby – дуже легко; like two peas in a pod – не розлий вода [5].

**Фразеологізми-метафори.** Найбільш розповсюдженим типом фразеологічного переосмислення є метафоричне. Як зауважує В.М. Мокієнко, метафора є фактором створення образності [3, с.167]. Аналіз лексикографічних джерел дозволив з'ясувати, що група фразеологізмів-метафор з компонентом їжі є найчисленнішою в англійській мові. До цієї групи належать такі ФО: bad apple – погана людина; big cheese – важна особа; couch potato – ледар; cream of the crop – кращий з кращих; in one's salad days – в молодості; [5; 7].

**Фразеологізми-метонімії.** Метонімія слугує для створення образності. До цієї групи належать такі ФО: bread and butter – засоби до існування, «шматок хліба»; carrot and stick – батіг і пряник; meat and drink – засоби до існування; бути незалежним. На відміну від фразеологізмів-метафор, фразеологізми-метонімії є менш уживаними [7].

**Висновки та перспективи подальших наукових досліджень.** Отже, ФО з компонентом-найменуванням їжі є цікавим розрядом лексики, що демонструє не лише семантичні та граматичні характеристики, а й риси етнічної своєрідності. Виявлено, що чисельний клас ФО з компонентом їжі у структурній класифікації становлять комунікативні ФО, а найбільшою групою фразеологізмів за типом переосмислення є фразеологізми-порівняння. Подальшого дослідження заслуговує аналіз фразеологізмів з компонентом-найменуванням їжі у художньому творі.

#### Список використаних джерел:

1. Кочерган М. П. Загальне мовознавство/ М. П. Кочерган. – К.: 1999. – 464 с.

2. Крикницька І. О. Лексеми харчової семантики у складі англійських фразем- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/portal/.../kriknicka.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/.../kriknicka.pdf)
3. Кунин А. В. Курс фразеології англійського мови / А. В. Кунин. – М.: 1986. – 381
4. Мокиєнко В. М. Славянська фразеологія / В. М. Мокиєнко. – М.: 1989. – 286 с
5. Ayto J. Oxford Dictionary of English Idioms / J. Ayto. – Oxford University Press, 2009. – 408
6. Cambridge international dictionary of idioms. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org>.
7. Longman dictionary of contemporary English. – Harlow: Pearson Education, 2003. – 1950 р.

*Задаянюк Надія*  
викладач вищої категорії ДВНЗ  
«Тернопільський коледж харчових  
технологій і торгівлі»

### **ОСОБИСТІТЬ ЛЮДИНИ І РЕГУЛЯТОРИ ЇЇ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ**

Особистість – це конкретний людський індивід із притаманними йому своєрідними розумовими, емоційними, вольовими та фізичними якостями, які в кожного проявляються по-різному. Особистість виникла і розвинулась в процесі суспільно-історичного розвитку людства, в процесі праці [1, 4].

Належність особистості до певного суспільства, включеність у певну систему суспільних відносин визначає її психологічну та соціальну сутність.

Особистість – соціальна істота, суб'єкт пізнання, активний діяч суспільного розвитку, характерними ознаками особистості є наявність у неї свідомості, місця яке вона посідає в суспільстві, її суспільна роль, діяльність на користь суспільства.

Одним з найяскравіших видів особистості є її індивідуальність – своєрідне, неповторне поєднання таких психологічних особливостей людини як характер, темперамент, особливості перебігу психічних процесів (сприймання, пам'яті, мислення, мовлення, почуттів, волі), особливості її мотиваційної сфери [2,3].

Особистість завжди конкретно-історична, вона є продуктом своєї доби і тих суспільно-економічних відносин, сучасницею та учасницею яких вона є. Вивчення особистості є за своєю суттю історичним дослідженням становлення особистості за певних соціальних умов, певного суспільного ладу.

Існують різні погляди на структуру особистості.

Одні дослідники вважають, що розглядаючи структуру особистості, доцільно враховувати лише психологічні її компоненти (пізнавальні, емоційно-вольові, спрямованість), а другі виокремлюють у ній і біологічні аспекти (типологічні особливості нервової системи, вікові зміни в організмі, стать), які не можна ігнорувати під час виховання особистості.

Однак протиставляти біологічне і соціальне в структурі особистості не можна. Природні аспекти та риси наявні в особистісній структурі як соціально зумовлені її елементи, а біологічне і соціальне перебуває в єдності і взаємодії.

Людина – частина природи, але біологічне в процесі історичного розвитку під впливом соціальних умов змінилося, набуло своєрідних, суто людських особливостей.

У структурі особистості розрізняють типове та індивідуальне. Типове – це те найбільш загальне, що властиве кожній людині і характеризує особистість загалом: її свідомість, активність, розумові та емоційно-вольові вияви, тобто те, чим одна людина схожа на інших людей. Індивідуальне – це те, що характеризує окрему людину: її фізичні та психологічні особливості, спрямованість, здібності, риси характеру, тобто те, що вирізняє певну людину з поміж інших людей [5].

Рушійною силою розвитку людини є природжене прагнення її до самоздійснення або самовиконання. Самоздійснення – підсумок життєвого шляху, коли цінності і прагнення людини усвідомлено або неусвідомлено дістали адекватну реалізацію.

Самоздійснення досягається за умови цілеспрямованого життя, завдяки творчості, творенню. Поняття самоздійснення близьке за змістом до поняття самореалізації або самоактуалізації. Але самореалізація є лише моментом самоздійснення.

Повнота, ступінь, здійсненності себе залежить від спроможності індивіда ставити мету, адекватну його внутрішній суті, собі самому. Така спроможність називається самовизначенням. Чим зрозуміліше людині її покликання, тобто чим більш чітко виражене самовизначення, тим повніше самоздійснення. Становлення цільових структур є вихідним в індивідуальному розвитку і його можна досягнути, вивчаючи його основні закономірності і зміну життєвої мети особистості[2, 5].

Висловлені вище міркування про соціально-психологічну природу самоздійснення свідчать про те, що цей феномен можливо збагнути лише у контексті низки парадигм, зокрема філософського, психологічного, педагогічного, політологічного спрямування. Лише за цієї умови можна охопити це складне, багатомірне явище, зрозуміти опосередкованість його становлення й розвитку цілою констеляцією як безпосередніх, так і опосередкованих впливів, детермінант.

Детермінанта життєвого шляху людини зосереджена у внутрішній духовній сутності людини. А саморозвиток духовного єства приводить до розгортання фаз життя, до самоздійснення іманентних потенційних можливостей людини.

Отже, життєвий шлях людини значною мірою представлений результатом саморозвитку духу та має просторово-часову структуру.

#### **Список використаних джерел:**

1. Авер'янова Г.М. Особливості соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства / Г.М. Авер'янова Н.М. Дембицька, В.В. Москаленко : монографія, Київ : «ППП», 2005. – 323с.
2. Акімова Л.Н. Становлення і розвиток вітчизняної експериментальної психології (на матеріалі Південноукраїнського регіону) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології» / Л.Н. Акімова. – Одеса, 2001. – 19 с. 65.
3. Корольчук М. С. Психофізіологія діяльності : підручник для студентів вищ. навч. закладів / М. С. Корольчук. – К. : Ельга; Ніка-Центр, 2003. – 400 с.
4. Корольчук М. С. Соціально-психологічне забезпечення діяльності в звичайних та екстремальних умовах / М. С. Корольчук, В. М. Крайнюк. – К. : Ніка-Центр, 2006. – 580 с.
5. Титаренко Т.М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності / Т.М. Титаренко. – К.: Либідь, 2003. – 376 с.

*Кусяк Владислава*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м.Тернопіль*  
*науковий керівник: Мурмила Наталія*  
*викладач вищої категорії*

### **ПРОБЛЕМИ БУЛІНГУ ТА КІБЕРБУЛІНГУ В УКРАЇНІ**

**Актуальність теми дослідження** полягає в тому, що одним із пріоритетних завдань кожної демократичної держави у сфері кримінально-правової охорони прав і свобод людини і громадянина є захист її життя та здоров'я. Конституція України проголошує життя і здоров'я людини, її честь і гідність, недоторканність і безпеку як найвищу соціальну цінність (ст. 3), наголошуючи, що «ніхто не може бути підданий катуванню, жорстокому, нелюдському або такому, що принижує його гідність, поводженню чи покаранню» (ст. 28). Заборона катування

людей відповідає вимогам міжнародно-правових актів, на підставі яких кожна держава, в тому числі і Україна, розглядає акти катування як злочини. Це, зокрема, такі основні міжнародно-правові акти як Загальна декларація прав людини (ст. 5) Міжнародний пакт про громадянські і політичні права (ст. 7), Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (ст. 3) тощо[1].

Суттєві зміни в економічній сфері та соціальній політиці, криза сучасної родини, низький соціальний статус, безробіття, нав'язування ідеології споживання, відмова суспільства від одних моральних цінностей та перехід до нових орієнтирів – все це є чи не найголовнішими чинниками, що сприяють процесу віктимізації неповнолітніх.

Останніми роками визнано поширення в освітній практиці такого явища, як шкільний булінг. Це соціальна проблема всього світу протягом останніх ста років, однак вона ще й досі не вивчена[3,с.46-50].

На жаль, сьогодні, за даними Міжнародної Амністії, катування та жорстоке поводження зафіксовано у понад 150 державах світу, при цьому у 80 державах воно спричиняло летальні випадки.

В Україні, так як і в усьому світі, поширюється явище булінгу та його різновиду – кібербулінгу[2].

Досить часто в реальному житті булінг знаходить свій вияв у вкрай жорсткій формі, з виявом імпульсивності та агресії, наприклад, у масових побиттях, катуваннях, які до того ж знімаються на відео і навіть знаходяться у вільному доступі мережі Інтернет. Головними героями таких відеороликів є діти-булери у вікових межах 11-18 років.

Молодь, яку ми розглядаємо як найцінніше наше майбутнє, насправді стає небезпечною для суспільства. Насильницькі злочини неповнолітніх за ступенем суспільної небезпеки та тяжкістю заподіюваних наслідків перевершують інші кримінальні прояви в підлітковому середовищі. Вони завдають величезної, часом непоправної шкоди суспільству. Неповнолітні, які вчиняють такі злочини, поширюють стереотип агресивно-насильницької поведінки серед оточуючих. Саме ці кримінальні діяння найбільш засуджуються з точки зору людської етики та моралі[4].

Термін «булінг» походить з англійської мови (bullying) та дослівно означає «бикування». Власне вже прямий переклад дає нам зрозуміти сутність самого поняття, яке перекладається на літературну українську як цькування, знущання, залякування, третирування, тероризування. Та не зважаючи на те, що саме поняття булінг лише входить до сучасного українського лексикону, поняття дискримінації та знущань існували практично завжди[8,с.174-176].

Булінг – це здійснення тривалого фізичного або психологічного насилля, яке не має характеру самозахисту, з боку одного індивіда або цілої групи щодо іншого індивіда.

**Мета нашого дослідження** – правова оцінка булінгу як різновиду катування, яке вчиняється неповнолітніми особами, а також формулювання на цій основі відповідних пропозицій і рекомендацій, спрямованих на вдосконалення захисту особи від булінгу в Україні.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- визначити сутність поняття «булінг», встановити його соціальну та правову природу;
- проаналізувати нормативно-правове забезпечення захисту від жорстокого поводження;
- розробити пропозиції щодо удосконалення правових механізмів захисту осіб від проявів булінгу.

**Об'єктом дослідження** є суспільні відносини, що виникають у зв'язку з вчиненням булінгу неповнолітніми особами, а також застосуванням кримінально-правових заходів за вчинення даного діяння.

**Предметом дослідження** є булінг та кібербулінг, особливості їх прояву.

#### Список використаних джерел:

1. Безп'ятчук Ж. Булінг у школі : чому українські діти такі жорстокі? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-44425003> ( дата звернення: 12.03.2021).
2. Воронцова Е. Профілактика та подолання булінгу у закладах освіти URL: <http://xn--d1acjtrgde.kiev.ua/2017/08/24/profilaktika-ta-podolannya-bulingu-u-zakladah-osv>

Iti ( дата звернення: 18.04.2021).

3. Губко А. А. Шкільний булінг як соціально-психологічний феномен // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Психологічні науки. 2013. Вип. 114. С. 46–50.

4. Загальна декларація прав людини URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015) ( дата звернення: 15.04.2021).

5. Кепканова О. І. Протидія булінгу в умовах навчального закладу : методичні рекомендації URL: <pp.ippo.kubg.edu.ua/wp-content/uploads/.../булінг.docx> ( дата звернення: 18.04.2021).

6. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/95\\_004](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/95_004) ( дата звернення: 25.04. 2021).

7. Конституція України від 28.06.1996 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 29.04.2021).

8. Кормило О. Явище боулінгу в освітньому просторі Проблеми гуманітарних наук. Серія «Психологія». 2015. Вип. 35. С. 174–187.

## СЕКЦІЯ 2

### ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

УДК 004:640.41

*Крукевич Людмила*

*кандидат педагогічних наук, директор коледжу*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м. Тернопіль*

### ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

*У статті розглядаються сучасні технологічні тенденції останніх років, що використовуються готельними підприємствами у провідних туристичних центрах світу для спрощення процесу обслуговування гостей та підвищення комфортності їх перебування.*

**Анотація.** Вже давно йде мова про те, що у сучасному світі неможливо уявити своє життя без новітніх технологій. Електронні пристрої значно полегшують наше повсякденне життя. Готелі та будь-які інші засоби розміщення все більше намагаються впроваджувати новітні технології у структури своїх підприємств для підвищення загального рівня комфорту своїх гостей, для полегшення процесу бронювання, прибуття, реєстрації, надання послуг тощо, а також, звичайно, для збільшення кількості прихильників серед туристів та, відповідно, прибутків.

**Ключові слова:** готелі, засоби розміщення, електронні пристрої, інноваційні технології, мобільні телефони, додатки.

**Актуальність дослідження** зумовлена необхідністю постійного покращення надання послуг у світових засобах розміщення, та зокрема в Україні, враховуючи швидкий розвиток інформаційних технологій та їх широке застосування у повсякденному житті.

**Метою** було дослідити сучасні світові досягнення у процесі надання послуг з розміщення.

Наразі важко уявити собі готель, в якому тисячі задач з щоденного ведення бізнесу здійснювалися б вручну [1]. Отже, розглянемо сучасні інноваційні технології, що все більше починають використовуватися у засобах розміщення різних країн світу.



*Кардинальне переналаштування Wi-Fi.* Сьогодні туристи, що приїжджають до готелів, мають при собі телефони, планшети, комп'ютери тощо. Це змушує готелі інвестувати у кращу і швидшу інфраструктуру Wi-Fi, а також переходити до безоплатної системи.

Встановлення бездротової та безоплатної мережі у межах готелю, може сприяти додатковим витратам, проте багато провідних готельних комплексів почали встановлювати Wi-Fi високої щільності, а також надавати можливість підключення з мобільних пристроїв поза кімнатами.

*Цифрові конференц-зали.* Якщо готель передбачений для проведення різного роду заходів, то надзвичайно важливим є надання вільного та якісного доступу до Інтернету, VoIP ((англ. Voice over IP - голос через IP) - технології передачі медіа-даних у реальному часі), служб визначення місцезнаходження в реальному часі (RTLS – realltime locations services) та телевізійного інтернет-протоколу (IPTV – internet protocol television), а також усіх супроводжуваних аудіовізуальних засобів (AV - audiovisual) та цифрового обладнання [3].

*Мобільний зв'язок та автоматизація.* Туроператори починають інвестувати у технології, завдяки яким фіксується все більше персональних даних. Так, при вході у вестибюль біля пункту реєстрації може висвічуватись ім'я приїжджого туриста, а також до бази даних системи обслуговування номерів може бути внесена інформація про харчові уподобання, замовлені послуги тощо.

Крім того, швидко набирає популярності концепція «кишеньковий консьєрж», що дозволяє операторам вносити корисну додаткову інформацію про місця розваг на території відпочинкового комплексу, медичні пункти, спортзали і т.д.

*Технологія близької комунікації NFC (nearfield communication).* Ця технологія надає користувачам можливість обміну даними між пристроями NFC на швидкості до 424 кбіт/секунду, і включається, коли два пристрої торкаються один одного.

Технологія NFC може бути використана для простішого доступу до номерів, ідентифікації гостя в готелі або на курорті, орієнтації реклами на стать та вік, а також для фіксації оцінок від гостей.

*Роботи та інфрачервоні сенсори.* В деяких готелях, таких як бутик готель Aloft Cupertino, вже існують роботи, що доставляють до дверей гостя будь-які предмети, замовлені через румсервіс. Система дозволяє полегшити персоналу постачання продукції гостям, та урізноманітнити перебування у закладі.

Для зведення до мінімуму непорозумінь, пов'язаних з хаус-кіпінгом, тепер персонал готелю може скористатися більш інноваційним підходом, використовуючи інфрачервоні сканери, які фіксують теплоту від тіла в кімнаті і повідомляють персоналу, що кімната в даний час зайнята [2].

*Розумні ключі.* Інтелектуальні системи доступу до приміщень, дозволяють гостям розблокувати двері, провівши телефоном через блокувальну панель на дверях, як це було зроблено у готелях мереж Sheraton, Weston, "W" та Hilton. А у готелі NineZero у Бостоні встановили систему доступу до президентських апартаментів через сканування райдужної оболонки замість карт-ключів. *Легкодоступні розваги.* Згідно зі звітом від SmithMicroSoftware про тенденції під назвою Майбутнє готельних розваг у номері (The Future of Hotel In-Room Entertainment), люди все частіше використовують для розваг та дозвілля у номері власні пристрої. За дослідженням, 81% респондентів хотіли отримати доступ до відео контенту саме через мобільні телефони, а 55% відмітили, що доступність до мобільного контенту в готелі вплине на те, де вони вирішуватимуть залишатися [3].

*Клаудсервісабо хмарні послуги.* Хоча готелі прагнуть до пропозиції цифрового контенту, вони не поспішають розвивати IT-інфраструктуру та наймати IT-персонал, визнаючи хмарні технології ідеальним рішенням.

Хмарні обчислення стають нормою, дозволяють задовольняти підприємствам свої IT-потреби без ремонту та переналаштування IT-системи. Зараз тенденція використання хмарних технологій в IT-інфраструктурі спостерігається все частіше [3].

*Фідбеки у соціальних мережах.* Сьогодні споживачі звертаються до соціальних медіа за відгуками та рейтингами, одним з таких сайтів є TripAdvisor. Такі зміни призвели до того, що готельні підприємства почали приділяти велику увагу враженням, які залишають про них гості на подібних сайтах та в Instagram, Twitter та Facebook, щоб залишатися в топі серед інших компаній.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи, можна сказати, що технології проникли майже у кожен аспект нашого життя, і керівництво готелів повинно усвідомити, що практично будь-яка особа, що реєструється в готелі, на курорті, в спа-центрі тощо, обов'язково матиме при собі будь-який електронний пристрій, і перш за все – мобільний телефон. Тому для покращення умов їх перебування та, особливо для підтримання позитивного враження про своє підприємство, вони мають підлаштовувати та пристосовувати надання послуг до сучасних умов.

Технологічні нововведення не означають, що весь відпочинок туристів зосереджуватиметься на використанні електронних пристроїв та постійному перебуванні онлайн, проте це значно полегшує процеси обслуговування та дозволяє уникати зайвих витрат, різного роду конфліктних ситуацій і т. п. Для цього необхідно постійно досліджувати сучасний туристичний ринок, слідкувати за соціальними трендами, а також забезпечувати свої підприємства новою інфраструктурою, посадами тощо.

Найкращі готелі використовують технології, щоб зробити готель більш приємним через простоту використання і часто непомітні інновації [4]. На мою думку, новітні досягнення повинні впроваджуватись у все більшій кількості засобів розміщення по всьому світу і Україна не має бути винятком.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ольга Кравець. Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства. [Текст]: Частина 1. - К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2016. - 184 с. - С.140-143.
2. AureconTechnologyinthehospitalityindustry – exploringtheverylatesttrends [Електронний ресурс]: <https://www.aurecongroup.com/thinking/insights/aurecons-successful-hotels/technology-in-the-hospitality-industry-exploring-the-very-latest-trends>;
3. MitelPoweringconnections- TOP 10 COMMUNICATION TRENDS IN HOTEL TECHNOLOGY FOR 2019 [Електронний ресурс]:<https://www.mitel.com/blog/top-10-communication-tech-trends-hospitality>;
4. TrivagoBusinessBlog - TheTopHotelTechnologyTrendstoFollowin 2018 [Електронний ресурс]:<https://businessblog.trivago.com/top-hotel-technology-trends-2018/>.

УДК 316.7

**Островська Галина**

*к. е. н., доц., доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя*

#### **РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ**

В сучасних реаліях поширення загрози COVID-19 змінило діяльність суб'єктів господарювання різних галузей економіки. Рецесія коронавірусу не обминула також індустрію гостинності, де ресторанний бізнес є найбільш помітним та емблематичним. Як ніколи раніше, підприємства ресторанного господарства активно виборюють збереження власної життєздатності, оскільки у всьому світі більшість підприємств ресторанного господарства вимушено припинили свою діяльність через пандемію коронавірусу. За таких умов на перший план виносяться питання гнучкості та швидкості реакції підприємств ресторанного господарства, що передбачає адекватну трансформацію бізнес-моделі їх діяльності відповідно до змін умов ведення бізнесу. Новий індустріальний ландшафт, створений COVID-19, змушує підприємства ресторанного господарства розробляти нові

креативні механізми не так розвитку, як збереження життєздатності, що вимагає адаптивного підходу до нових реалій зовнішнього середовища.

Проблематика розвитку підприємств ресторанного бізнесу досліджувалася багатьма вченими та практиками. Однак наявні напрацювання не враховують особливості діяльності підприємств ресторанного господарства в контексті нового індустріального ландшафту, створеного COVID-19.

Реалізація стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства звичайно здійснювалася під впливом взаємодії широкого спектру чинників, зокрема, науково-технічних, політико-правових, економічних, соціальних, культурно-історичних, природно-кліматичних, демографічних тощо [1, с. 460]. Епідемія COVID-19 та вжиття санітарних заходів в контексті його стримування розширили перелік чинників, дія яких внесла значні зміни та обмеження в розвиток підприємств ресторанного господарства. Введення обмежень на здійснення діяльності підприємствами ресторанного бізнесу викликало хвильовий ефект у суміжних галузях [2]. Це здебільшого обумовлено тим, що ресторанний бізнес є основною складовою сфери харчування, за своєю сутністю та призначенням є природно-соціально-економічною системою та входить до міжгалузевого регіонального кластеру, активно впливає на розвиток усіх секторів продовольчого комплексу держави [3, с. 157].

Серед спектру джерел, що впливають як на розвиток підприємств ресторанного бізнесу, так і на мінливість якості й асортименту ресторанних послуг, панівне місце посідає споживач послуг. Таким чином, соціальна, біологічна та психологічна унікальність, інтелектуальна здатність, а також інформаційна база, імідж та образ життя споживача є головними ціннісними орієнтаціями [4]. Ці аспекти фактично пояснюють високий рівень індивідуалізації ресторанних послуг. З огляду на це, на сьогодні для збереження бізнесу першочерговими є питання здійснення трансформацій у діяльності підприємств ресторанного господарства та розроблення інноваційних рішень.

Інформаційні технології внесли в ресторанну сферу нові креативні рішення. У цьому контексті ресторани заклади переосмислюють свій бізнес з точки зору нової культури й можливостей Інтернету. Зростаючий ритм життя стає більш мобільним (користувачі мобільних пристроїв мають широкі можливості придбання ресторанної продукції через зручні додатки). Мобільні додатки у віртуальних об'єктах призвели до появи креативних напрямів розвитку підприємств ресторанного господарства та їх наближення до споживачів. Так, споживач може замовити кулінарні страви, не виходячи з дому, роботи або в інших різних ситуаціях, які обмежують відповідний час на відвідування ресторанних закладів. Інтерактивні технології створюють можливість споживачу спостерігати за приготуванням кулінарних страв через веб-камеру на кухні. Так, Мішленівський шеф Массімо Боттура, перебуваючи вдома під час карантину, запустив в «Instagram» кулінарне шоу «Кухня карантину».

Заслуговує на увагу позиція зарубіжних учених, які в ході дослідження питань соціального маркетингу [5] наголошують на важливості мобільних додатків у розвитку підприємств ресторанної галузі. Дослідники підкреслюють, що зростання мобільних додатків у віртуальних об'єктах обумовлено безліччю переваг, серед яких домінуючими є легкість проникнення на ринок, охоплення більшої кількості людей, безпосередність у взаємодії між клієнтом і підприємством ресторанного бізнесу, усунення посередників, а також географічних бар'єрів і можливість оптимізації витрат як споживача, так і підприємства ресторанного бізнесу [5]. Завдяки додаванню унікального ідентифікатора та можливості підключення до Інтернету для підприємств ресторанного господарства є унікальна можливість підвищення ефективності системи управління запасами. Такі переваги, зокрема, надає використання RFID-технологій (Radio Frequency Identification), тобто технологій автоматичної безконтактної ідентифікації об'єктів за допомогою радіочастотного каналу зв'язку.

Зазначимо, що рестораторам також необхідно сфокусувати увагу на інструменті інтернет-маркетингу, що передбачає просування ресторанного продукту, а також бренду

ресторанного закладу за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється чи оновлюється за рахунок зусиль власників і відвідувачів, а саме на соціальному медіа-маркетингу (SocialMediaMarketing, SMM). Здійснення ефективного SMM є важливим чинником успішного просування бренду, товару чи підприємства на ринку. Як наслідок – залучення більшої кількості прихильників, розширення цільової аудиторії, розроблення, покращення та захист репутації підприємства через формування лояльності споживачів до бренду. Серед популярних платформ, які використовують споживачі, слід назвати соціальний інтернет-сервіс і фотохостинг «Pinterest», ділову соціальну мережу «LinkedIn», сервіси мікроблогів «Tumblr» і «Flickr», відеохостинги «YouTube» та «Vimeo», нові формати для розміщення відеофайлів «Coub», «Vine», а також індивідуальні месенджери «WhatsApp», «Viber» і «Telegram». Завдяки значній кількості користувачів соціальних мереж і вільному доступу до їх даних відкритою є значна кількість інформації, яку маркетологи підприємств ресторанного бізнесу можуть використати для стратегічного аналізу й цифрового маркетингу.

З огляду на те, що на сучасному етапі розвитку індустрія гостинності є глобальним комп'ютеризованим бізнесом, який базується на інтернет-технологіях та альтернативних online-сервісах, в умовах нинішніх викликів та загроз вони мають бути максимально задіяні підприємствами ресторанного господарства. Таким чином, інформаційні технології є цінним ресурсом у ресторанній сфері, даючи змогу рестораторам не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку та інтегрувати ключові акценти утримання цінності в умовах пандемії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 11. С. 459–464.
2. Bloom J. How are food supply networks coping with coronavirus? BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/business-52020648> (дата звернення: 05.04.2020)
3. Яцун Л. М. Сфера харчування населення як природно-соціально-економічна система: методологія формування та розвитку. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 16. № 1. С. 155–166.
4. Островська Г. Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навчальний посібник. Тернопіль: Підручники і посібники, 2018. 268 с.
5. Mulford Hoyos M., Vergara Castro L., Plata de Plata D. Tienda virtual: social market Colombia. *Multiciencias*. 2014. P. 268–275.

УДК УДК 338.46:640.45

**Нагорняк Галина**

к.т.н, доц. ТНТУ ім. І. Пулюя,

**Малий О.І.**

студент-магістр групи БРМ-51 ТНТУ ім. І. Пулюя

### **ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Останнім часом тема здорового способу життя стала популярною в усьому світі, а багато українських споживачів є прихильниками здорового харчування. Здорова їжа – це те, що турбує людей будьякого покоління, статі та матеріального достатку. Тому відкриття кафе здорового харчування – ідея вірна та здатна швидко окупитися. Чому ж варто відкривати саме кафе здорового харчування? Кафе здорового харчування можна зустріти не у кожному місті, і ця ніша досить вільна. Багато підприємців помилково вважають, що схожий бізнес є нерентабельним і не хочуть вкладати кошти у відкриття закладів такого формату. Тим не менш, експерти пророкують наростаючу популярність для кафе здорового харчування. Відкрити такий заклад можна як у мегаполісі, так і в маленькому місті, а щоб уникнути невіправданих фінансових ризиків, можна розширити спеціалізацію закладу. У

спектр послуг можна включити доставку обідів в офіси, проведення майстер-класів з приготування здорової їжі, продажекологічно чистих продуктів. Не варто забувати і про зростаючу популярність фітнесу: все більше і більше людей намагаються так чи інакше піклуватися про своє здоров'я, дотримуватися певних дієт тощо. Плюс до всього у малих та середніх за розміром містах України повністю відсутня конкуренція у даній ніші. При правильній рекламній кампанії цілком спокійно можна залучити клієнтів. Район розташування закладу збільшить приплив клієнтів за рахунок близькості шкіл, училищ, басейну і прилеглих організацій.

У сучасних умовах на людину діють різні несприятливі чинники. Причому не кожен окремо, а комплексно, поступово формуючи патологічний стан. Найбільш розповсюдженим комплексом, який формує "хвороби століття", є в основному п'ять чинників: низька якість харчування, перевантаженість нервово-емоційними, стресовими станами; малорухливий спосіб життя; різні інтоксикації організму; приховані форми вітамінної недостатності. Ці несприятливі чинники ведуть до розвитку таких поширених хвороб, як гіпертонія, стенокардія, інфаркт міокарда, загальний атеросклероз, різні нервові розлади, нирковокам'яна і жовчнокам'яна хвороби, стійкі порушення обміну речовин (жирового, вітамінного, сольового тощо), а також утворення злоякісних пухлин. На сьогодні доведено, що 35% випадків смерті від раку, яким можна було б запобігти, обумовлені неправильним харчуванням. Ось чому необхідно враховувати роль харчування в умовах сучасного життя. Вплив різних чинників на здоров'я нації можна представити у вигляді діаграми Парето. Вважається, що різні види впливу на стан здоров'я людини у відсотковому співвідношенні є таким: спадковість – 10%; довкілля – 10%; рівень медичної допомоги – 10%; спосіб життя – 40%; якість харчування – 30%.

На якість харчування жителів України впливає ряд чинників, основними з яких (чинники 1-го рівня) є якість продукту та маркетинг. Установлено, що до чинників 2-го рівня належать сировина, технологія її перероблення та кваліфікація обслуговуючого персоналу, який організовує повний технологічний цикл. Важливою мотивацією для виробника з підвищення якості продукції, що виробляється, є попит на цю продукцію. Для збільшення попиту на ринку потрібно проводити маркетингові дослідження, розробляти грамотні рекламні програми та рекламні блоки на телебаченні, радіо, в Інтернеті тощо.

У раціональному харчуванні слід дотримуватись таких правил: дотримуватись режиму харчування; споживати різноманітну їжу, розмежовувати помірність повсякденного і святкового харчування; повсякденно включати у свій раціон овочі та фрукти, бажано у свіжому вигляді, а також квашені овочі; не нехтувати рослинною олією; віддавати перевагу м'ясу, молоку і молочним продуктам невисокої жирності; використовувати молочнокислі продукти; включати у раціон рибу та морепродукти; використовувати у раціоні хліб із борошна грубого помелу, цільнозерновий хліб; приймати полівітамінні препарати, особливо у весняний період, коли розвивається авітаміноз.

У раціональному харчуванні слід уникати: надлишкового харчування, що призводить до набирання зайвої ваги тіла; зайвого вживання цукру та кондитерських виробів; зайвого вживання тваринного жиру: сала, вершкового масла, жирних молочних продуктів, а також варених ковбас, сардельок, сосисок, де жир міститься у прихованому вигляді; зайвого вживання кухонної солі, копченостей, смаженої їжі; вживання алкоголю. Добовий раціон повинен складатись із продуктів, що споживаються в негативному вигляді або після кулінарного оброблення. Залежно від харчової і біологічної цінності, продукти поділяють на шість груп. Для розщеплення вуглеводів потрібне лужне, а для розщеплення білків – кисле середовище. Перетравлюваність вуглеводів вимагає менше часу, ніж розщеплення білків. Тому період засвоєння вуглеводів у шлунку значно коротший. Навіть якщо їжа, водночас багата білками та вуглеводами, не призводить до порушення кислотно-лужної рівноваги в організмі (оскільки шлунковий сік виробляється залежно від кількості спожитої їжі), то безперечним є те, що лужне харчування в будь-якому випадку, є більш переважачим, ніж кислотне.

Для страв у кафе здорового харчування повинна використовуватись лише якісна й

перевірена сировина. Тому важливим питанням при відкритті кафе здорового харчування є вибір постачальників натуральної місцевої сировини. Кожен регіон України та й будьякої іншої країни має власну виробничу спеціалізацію, що представляє собою зосередження на його території будьяких видів виробництв, які задовольняють своєю продукцією та послугами власні потреби, потреби сусідніх й інших регіонів країни, а також у деяких випадках, що експортують продукцію у різні країни. Так, Україна відноситься до середньорозвинених індустріально-аграрних регіонів і займає одне з провідних місць у Європі з виробництва різноманітних видів сільськогосподарської продукції. Територія нашої країни відрізняється різко-континентальним кліматом з відносно спекотним літом і холодною зимою. При цьому посушливість та низькі зимові температури на деяких територіях є обмежувальними факторами для розвитку сільського господарства. Однак середня кількість опадів дозволила сформуватися в областях регіонів України ґрунти, що володіють родючим, багатим гумусом. Різновиди чорноземних, темно-каштанових і сформованих у річкових долинах ґрунтів відносяться до зони інтенсивного сільськогосподарського освоєння, при цьому 60% всієї її площі займають сільськогосподарські угіддя. Сформована в Україні досить висока щільність сільського населення сприяє розвитку молочного тваринництва. При цьому варто відзначити, що на розвиток сільського господарства регіонів позитивно вплинули історично сформовані трудові навички різних народів, що населяють країну. Також природні та соціально-економічні умови України визначили зернову та тваринницьку спеціалізацію сільського господарства. Отримало розвитку тваринництво, а саме у м'ясомолочного напрямку, птахівництво, вівчарство та козоводство.

В Україні роблять ставку на екологічно чисті вітчизняні овочі. Так, основними постачальниками продуктів є тепличні комплекси "ORGANIC UA", "Органік Стандарт", "БЮЛан, основною діяльністю якого є вирощування овочів у закритому ґрунті без використання генно-модифікованих об'єктів. Таким чином, можна сказати, що відкривається підприємство громадського харчування буде забезпечено місцевим натуральним м'ясом та овочами, що дозволить випускати продукцію високої якості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Герасименко Т.І. Світова і національна культурна спадщина регіону як основа розвитку історико-культурного туризму / Т.І. Герасименко, І.Ю. Гладкий. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://infotour.in.ua/gerasimenko.htm>
2. Загальні технології харчових виробництв. За науковою редакцією проф. М.М. Калакура та проф. Л. Ф. Романенко. – К.: ВМУРЛ "Україна", 2010.
3. Ринок громадського харчування України. URL: [tp://pro-consulting.ua/ua/products/826-Analiz-ukrainskogorynka-zavedenii-bystrogo-pitaniia-2018-god.html](http://pro-consulting.ua/ua/products/826-Analiz-ukrainskogorynka-zavedenii-bystrogo-pitaniia-2018-god.html).

**Пасічник Юлія**  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,  
м. Тернопіль*  
**Науковий керівник: Грицишин Стефанія,**  
*викладач-методист*

### **ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ФАХІВЦІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ**

За останні кілька десятиліть індустрія гостинності в Україні змінилася до невпізнання. Сьогодні в цій сфері спостерігається швидке введення нових видів і типів закладів ресторанного господарства, готелів та ряду різноманітних послуг. Відбулася зміна поглядів і на культуру сервісу. Клієнти очікують високих стандартів обслуговування. У

зв'язку з цим керівники компаній, окрім оперативного управління виробництвом або підприємством, повинні вирішувати нові завдання, які б забезпечили прибутки.

На сучасному етапі успішна діяльність будь-якого підприємства сфери гостинності залежить від злагодженої роботи всього колективу. Чи задоволеними будуть гості напряму залежить від поведінки персоналу, вміння вчасно та непомітно для самого гостя виконати будь-яке його прохання. З огляду на це актуальним постає питання професійної культури працівників сфери гостинності. Особливого значення набувають питання практичного застосування професійної культури фахівців сфери гостинності, що дозволяють підвищити соціально-економічну ефективність підприємства.

Тому, актуальність нашої теми полягає в тому, щоб показати, наскільки важлива роль фахівців індустрії гостинності та їх рівень професійної культури. Адже в гострій конкурентній боротьбі переможе саме те підприємство, на якому створено всі необхідні умови для високої культури обслуговування.

Професійна культура – це сукупність умінь працівника, його персональних та професійних якостей. На підприємствах індустрії гостинності не можна розмежовувати ці два поняття, оскільки кваліфікований спеціаліст повинен поєднувати в собі такі якості як: висока культура, привітність, швидка реакція, порядність, новаторство, здоров'я, гарна пам'ять, презентабельність, творчість, рівень кваліфікації, продуктивність та якість праці, вміння спілкуватися, трудова дисципліна, оперативність виконання функціональних обов'язків, знання іноземних умов. Працівники підприємств гостинності повинні володіти основами професійної етики, правилами міжнародних етичних норм, забезпечувати високу організованість праці та дисципліни тощо [1].

Отже, професійна культура – це збірне поняття, котре включає в себе культуру спілкування, культуру поведінки, культуру обслуговування, корпоративну культуру, бездоганний зовнішній вигляд.

Професійна етика працівників індустрії гостинності пов'язана в першу чергу з культурою обслуговування. Культура обслуговування - це важливий елемент організаційної культури, спрямований на обслуговування клієнтів на основі певних правил, процедур, практичних навичок і вмінь. Вона диктується політикою підприємства, підтримується системою заохочень персоналу обслуговування і низкою інших заходів.

Прояв високої культури обслуговування визначається через поведінку персоналу, який чітко знає, як діяти в будь-якій ситуації і що від нього очікують клієнти і керівництво, а також тим, що висока культура робить усіх працівників цілеспрямованими.

Однією зі складових культури обслуговування є культура поведінки персоналу, яка включає в себе зовнішню і внутрішню культуру людини, а саме: правила поведінки, вміння правильно висловлювати свої думки, дотримуватися мовного етикету

Культура поведінки і спілкування пов'язані і з поняттям культури мови. Працівникові індустрії гостинності необхідно вміти грамотно, чітко викладати свої думки. За культурою мови, як і за тоном, потрібно стежити постійно. Культура мовного етикету припускає не лише вміння говорити, але й вміння слухати. Уважно вислухати співрозмовника, не перебиваючи його, і виявити при цьому щире співчуття - мистецтво.

Моральні якості працівника індустрії гостинності розглядаються як один з основних елементів його професійної придатності [2]. Професійна культура фахівців сфери гостинності, включає здібності до постійного навчання і самоосвіти. Той працівник, який прагне до вдосконалення своїх здібностей та вмінь, в подальшому сприятиме розвитку і створенню позитивного іміджу підприємства. Для цього керівництву необхідно забезпечити колективну можливість професійного та особистісного розвитку.

На сучасному етапі все більша кількість керівників компаній сьогодні приходять до висновку про необхідність цілеспрямованого формування корпоративної культури організації. Адже в будь-якій компанії, яку б нішу на ринку вона не займала і хоч би якою великою вона не була, ключове значення для успішної діяльності має колектив, його цінності та ідеали. Саме команда визначає все, що собою представляє організація. Тому

формування корпоративної культури дозволяє компанії рухатися в одному напрямку як єдиного цілого.

Корпоративна культура компанії дає можливість досягнення поставлених раніше стратегічних цілей і актуальних завдань, є основою згуртованості всього колективу. Саме корпоративна культура є тією «родзинкою», яка обумовлює відмінність між компаніями, організаціями і приносить успіх в конкурентній боротьбі.

Поняття корпоративної культури є одним з базових у сучасному менеджменті.

Розглянувши питання професійної культури фахівців сфери гостинності можна зробити висновок, що на сучасному етапі підприємства даної індустрії функціонують як складний організм, ефективність життєдіяльності яких залежать не тільки від стратегій, відповідних систем управління, а й від висококваліфікованих працівників, від їх професіоналізму, ділових та особистих якостей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2006.
2. Сорокіна А.В. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. – К.: Либідь, 2007.

*УДК 004:640.41*

*Крукевич Людмила*

*кандидат педагогічних наук, директор коледжу*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м. Тернопіль*

### **ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ НУТРИЦІОЛОГІЇ У СФЕРІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Одним із важливих завдань у сфері готельно-ресторанного бізнесу є забезпечення відвідувачів доброякісними харчовими продуктами, так як, нагальна проблема сьогодення є мінімізація негативного впливу довкілля на організм людини. Вивчення цієї проблеми обумовлює розуміння важливості задоволення потреби у раціональному харчуванні, яке сприяє підтриманню прагнення населення до здорового способу життя і цим самим успішності процвітанню ресторанного бізнесу, який у наш час є основним напрямом розвитку цивілізованого ринку.

З урахуванням на ринку продуктів оздоровчого спрямування, розроблення методології моделювання складу і технології продуктів на основі функціональних інгредієнтів рослинного походження є актуальним. Поліпшення структури харчування передбачає збільшення виробництва харчових продуктів завдяки поліпшенню існуючих і створенню інноваційних технологій, збагаченню продуктів біологічно цінними речовинами. Процес удосконалення технології є безперервним, оскільки наука постійно відкриває все нові властивості основних компонентів їжі і коректує їхню роль у життєзабезпеченні людського організму. На підставі знань про склад сировини і готової продукції розробляються науково обґрунтовані технології та асортимент продукції з урахуванням їх призначення. Сутність полягає в необхідності забезпечення організму поживними речовинами, які необхідні для його нормального функціонування. Усі ці питання вивчає така наука, як нутриціологія.

Нутриціологія (лат. *nutritio* — харчування, дав.-гр. *λόγος* — вчення) — це наука про їжу та харчування, про продукти харчування, про харчові речовини та інші компоненти, що містяться в цих продуктах, про їхню дію і взаємодію, про їхнє споживання, засвоєння, витрачання та виведення з організму, про роль в підтримці здоров'я або виникненні захворювань[1].

Визначним досягненням науки кінця XIX – першої половини XX ст.. було створення теорії збалансованого харчування. Її основні положення ґрунтувалися на результатах



фундаментальних досліджень фізіологів німецької школи, в основу якої покладено три головні положення:

- при ідеальному харчуванні надходження речовин точно відповідає їх витрачання;
- надходження поживних речовин забезпечується руйнування харчових структур і використання організмом органічних і неорганічних речовин, що утворилися;
- енергетичні витрати організму повинні бути збалансовані з надходженням енергії.

Відповідно до цієї теорії нормальне функціонування організму забезпечується не тільки енергією та білком, але й при дотриманні певних співвідношень між численними незамінними факторами харчування, кожний з яких виконує свою специфічну функцію в обміні речовин.

В основу концепції збалансованого харчування покладено визначення пропорцій окремих харчових речовин у раціоні, які відтворюють суму обмінних реакцій, що характеризують хімічні процеси для забезпечення життєдіяльності організму. Однією з основних біологічних закономірностей, на яких базується теорія, є правило відповідності ферментних наборів організму хімічним структурам їжі.

Відповідно до сучасних тенденцій зниження енергетичних потреб норми споживання макронутриєнтів (джерел енергії) переглядаються.

Виходячи з формули збалансованого харчування, повноцінний раціон повинен містити харчові речовини п'яти класів:

- джерел енергії – білки, жири, вуглеводи;
- незамінні амінокислоти;
- вітаміни;
- незамінні жирні кислоти;
- неорганічні елементи.

Виходячи з вищенаведеного, збалансоване харчування пов'язане з урахуванням усіх факторів харчування, їх взаємозв'язку в обмінних процесах, а також відповідності ферментативних систем хімічним перетворенням в організмі. Але збалансований підхід до харчування призвів до хибного висновку, що цінними є тільки засвоювані організмом компоненти їжі, інші належать до балласту [2]

Завдання нутриціології полягає в тому що для нормальної життєдіяльності людини треба не тільки постачання її адекватною (відповідно потреб організму) кількістю енергії і харчових речовин, але і дотримання відповідних взаємовідношень між багаточисленними факторами харчування, кожному із яких належить специфічна роль в обміні речовин. Харчування, яке характеризується оптимальним співвідношенням харчових речовин, є збалансованим. Харчовий раціон людини практично постійно повинен містити більше 600 речовин, або як їх називають нутрієнтів. Приблизно 96-98% із них мають ті або інші лікувальні властивості. Від того, скільки їх в продукті, в яких пропорціях вони поєднуються і залежать його властивості. Щоб правильно використовувати ці властивості продуктів, необхідно знати їх хімічний склад, харчову цінність, спеціальні прийоми технологічної обробки продуктів, правильно складати раціон харчування, створити сприятливий для одужання і профілактики режим харчування. Але щоб харчування було повноцінним, необхідно правильне розуміння загальних принципів раціонального харчування, фізіології і гігієни харчування [3].

Сучасний стан і перспектива розвитку нутриціології, наукове обґрунтування використання інноваційних методів оброблення сировини, опанування теоретичних, практичних навичок та реалізації їх під час конструювання новітніх харчових продуктів функціонального призначення; вміння діагностувати технології кулінарної продукції як цілісні технологічні системи, спрямовані на вдосконалення існуючих та розроблення більш ефективних інноваційних технологій; вміння визначати особливості і динаміку трансформації форматів закладів ресторанного господарства відповідно до змін ресторанного бізнесу; створення і напрями розвитку інноваційних форм сервісу різноформатних закладів ресторанного господарства та розширення і поглиблення знань щодо інноваційних форм надання професійних послуг.

### Список використаних джерел:

1. Вибрані питання нутріціології: навч. посіб. / Л. Андріюк, О. Зав'ялова, С. Федяєва, В. Яцюк, С. Ломейко, Є. Глебова; Львів. нац. мед. ун-т ім. Данила Галицького. — Львів: Коло, 2015. — 118 с.
2. Технологія харчових продуктів функціонального призначення. Монографія. За редакцією д.т.н. професора М.І. Пересічного. КНТЕУ. — Київ 2012. — 1016с.
3. <https://docplayer.net/85296509-Andriyuk-l-zav-yalova-o-fedyayeva-s-yacyuk-v-lomeyko-s-glebova-ie-vibrani-pitannya-navchalniy-posibnik.html>

УДК 338.46

**Малюта Л.Я.**

*д.е.н, проф. ТНТУ ім. І. Пулюя,*

**Домітряк Д.І.**

*студентка-магістр групи БРМ-51 ТНТУ ім. І. Пулюя*

### **ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Із загостренням конкурентних відносин виникає необхідність удосконалення управління інноваційною діяльністю підприємств малого бізнесу, зокрема підприємств громадського харчування. У даний час в умовах загострення фінансової кризи намітилася тенденція консолідації бізнесу, у тому числі, і підприємств громадського харчування. Дана форма об'єднання зусиль і ресурсів допомагає малим підприємствам сфери послуг забезпечити синергетичний ефект від партнерського співробітництва. Основна увага при цьому повинна приділятися встановленню організаційно-економічних відносин суб'єктів бізнесу та визначення інституційних норм при взаємодії один з одним та з клієнтами.

Багато факторів і тенденцій розвитку є різновекторними і тому підприємствам громадського харчування при плануванні свого конкурентного розвитку необхідно передбачити різні варіанти стратегії з урахуванням зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Споживчий ринок виступає індикатором соціально-економічного розвитку як окремого регіону, так і країни в цілому. Тут реалізуються повсякденні потреби населення, рівень задоволення яких визначає ефективність функціонування всієї економіки країни і, зокрема, конкретної області.

Політика держави щодо малого бізнесу вельми суперечлива: з одного боку, розробляються способи підтримки підприємців, з іншого – приймаються нормативно-правові акти, спрямовані на збільшення фіскального та нефіскального навантаження на малий бізнес, вводяться нові адміністративні бар'єри. І все це посилюється загальним економічним спадом в економіці, нестабільністю валютного курсу і зниженням купівельної спроможності населення.

Вважаємо, що головною перешкодою успішному веденню бізнесу, заснованою на опитуваннях підприємців, є фінансові фактори: слабкий доступ до отримання кредитів і грантів; недостатня кількість наданих пільг, труднощі при придбанні обладнання. В середньому по Україні четверта частина створених малих підприємств є збитковими та відчувають гостру нестачу фінансування для здійснення поточної діяльності.

В умовах економічної кризи і помітного зростання конкуренції на ринку громадського харчування все більше підприємств приділяють уваги ролі таких соціальних медіа, як каналу просування. В епоху розвитку сучасних технологій і зростання споживчих вимог до рівня сервісу будьякий заклад харчування повинен мати свій сайт. А в умовах обмеженого бюджету на рекламу попит підвищується за рахунок груп і сторінок у соціальних мережах.

Основні причини, що гальмують розвиток малого бізнесу слід виділити у три групи:

- високий рівень оподаткування;
- обмежений доступ до кредитних ресурсів;

- адміністративні бар'єри.

Темп життя сучасного міста все частіше схиляє людей до харчування формату “поза домом”. Як показують різні економічні дослідження в галузі ринку громадського харчування в Україні, споживачі поступово повертаються у ресторани та кафе. Ті мережі, яким вдалося пережити кризу, зараз активно розвиваються та розширюються як у столиці, так і в регіонах. За підсумками минулих двох років, найбільш життєздатною моделлю ведення бізнесу виявився саме франчайзинг. Основні тенденції у галузі громадського харчування, задані кризою 2019-го року тривають і наразі модель споживання стала більш економічною, найбільшою популярністю продовжують користуватися заклади формату “фаст-фуд”, сформована нова стратегія просування брендів за рахунок соціальних медіа, ставлення більшості підприємців до франчайзингу змінилося. Тепер дана бізнес-модель, довівши свою життєздатність у важкі часи, продовжує розвиватися, поширюючись далеко за межі ринку громадського харчування. Плануючи подальший розвиток підприємств громадського харчування, слід пам'ятати, що ресторани, кафе тощо є елементами міського середовища. Сучасне міське середовище постає перед нами у постійному русі, розвитку та перетворенні. За рівнем розвитку громадського харчування, якістю послуг, що надаються, різноманітній кухні можна судити про рівень розвитку міста.

У складних умовах COVID-19 сучасні експерти радять звернути особливу увагу на такий прогресивний вид бізнесу, як кейтеринг. Під кейтерингом мається на увазі надання такого ряду послуг, як приготування їжі закладами громадського харчування, ресторанами, приватними організаціями, її доставка у нестационарні місця, обслуговування, сервірування та інші пов'язані з цим послуги. Цей бізнес підійде як початківцям, так і діючим кафе і ресторанам, які не хочуть сидіти склавши руки в обідній і ранковий час, коли мало відвідувачів, а виконувати замовлення. Середньостатистичному підприємцю для початку, можливо, буде краще перетворити у робочий цех свою кухню, а замість персоналу задіяти рідних і близьких. Головною умовою є наявність свого автотранспорту, адже його покупка вимагає чималих капіталовкладень. Найбільш поширеною є доставка обідів в офіси. Для початку потрібно буде просто готувати, а далі – ходити по підприємствах і пропонувати свою продукцію. Проробивши таку попередню роботу, можна сформуванати клієнтську базу розміром у 6-10 фірм.

При досягненні більш високого рівня, домашня кухня не зможе вже фізично забезпечувати обідами всіх клієнтів, потрібно буде задуматися про розширення справи. Головне не забувати, що їжа повинна бути смачною, різноманітною і відповідати сезонності. Влітку актуальні овочеві салатики і легка їжа. Взимку – більш калорійна та ситна. Необхідно враховувати і те, що влітку і люди їдять менше. Під час посту потрібно мати два види других страв – піснота м'ясного. Варто передбачати низькокалорійні страви для людей, що сидять на дієті. Якщо немає можливості готувати у домашніх умовах, можна укласти договори з ресторанами та кафетеріями, вони будуть готувати, а заклад харчування займатиметься пошуком клієнтів, організацією та доставкою. При збільшенні кількості замовників необхідно найняти диспетчера, у літній час – придбати термосумки, щоб не псувалися продукти. Діючі підприємці і ті, хто в змозі вкласти великі капіталовкладення, можуть відкрити професійну кейтерингову компанію. І можна буде вже обслуговувати не тільки обіди в офісах, але і будьякі інші заходи: організовувати виїзні фуршети на природі, на дому, на весіллі та інші урочистості, а також на теплоходах, яхтах, музейних залах, виставках тощо.

Більший прибуток може принести так званий VIP-кейтеринг, який включає оригінальне оформлення столів, сервірування, приміщень, де проводитиметься захід, а також надання розважальної програми: музиканти, шоу-балети, ансамблі, виконавці, і навіть клоуни для молодшої аудиторії. Для залучення більшої кількості клієнтів можна використовувати різноманітні рекламні акції: розроблення індивідуального оформлення приміщення та сервірування для кожного клієнта; оновлення меню у кожному сезоні; спеціальні пропозиції для календарних свят; впровадження дегустацій; знижки для

постійних клієнтів; виїзд за місто та віддалені населені пункти (села, районні центри); термінове замовлення за 24 години тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства / В.А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України, 2012. – № 1 (21). – С. 54-57.
2. Керанчук Т.Л. Проблеми і перспективи розвитку готельного і ресторанного бізнесу в Україні / Т.Л. Керанчук // Наукові праці Національного університету харчових технологій, 2014. – Т. 20, № 4. – С. 186–190.
3. Іновації в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reston.com.ua/topics/8>.

*УДК 658.6*

*Гладчук Оксана*

*викладач-методист,*

*спеціаліст вищої категорії,*

*Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола,*

*м. Тернопіль*

### **АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ФОРМАТУ DARK KITCHEN НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Послуги закладів ресторанного господарства супроводжують людей в усіх проявах життя. Діапазон їх надання та співвідношення коливаються залежно від попиту, життєвих цінностей, перемін у суспільстві, стану економіки та глобальних змін.

Сфера гостинності зокрема, заклади ресторанного господарства миттєво реагують на зміни в соціумі. У зв'язку із пандемією COVID-19 змінилися пріоритети життя людей, їх потреби та можливості. Заклади ресторанного господарства, перестали працювати у звичному режимі, який був зрозумілий рестораторам і гостям. У зв'язку із зазначеними обставинами відвідування закладів ресторанного господарства під постійною загрозою «червоної зони», популярності набули он-лайн доставка їжі, продукція «на самовиніс» тощо.

Мета даної статті полягає в дослідженні інноваційного формату закладів dark kitchen, у встановленні аспектів їх появи на нашому ринку ресторанного господарства, у визначенні спільних та відмінних ознак з іншими закладами ресторанного господарства, які виконують подібні функції, у формуванні рекомендацій щодо подальшого розвитку закладів формату dark kitchen.

Засновник і співвласник ресторанних груп «Ресторани і гурмати», «Спільнота доброго смаку «Kumpel' Group», компанії Fast Food Systems Марк Захарін в своїй статті «Життя під час COVID-19: вплив на ресторанний бізнес» сказав, що тенденція до зниження рівня соціалізації намітилася вже давно, ще до пандемії. Але саме корона-вірус став акселератором десоціалізації [1].

В Україні до карантину було зареєстровано 30 тисяч закладів ресторанного господарства, 12 тисяч з них не витримали жорстких умов ринку і були ліквідовані, щоб подолати негативні явища, більшість шукала нові способи виживання. В основному вони зводилися до оптимізації бізнесу і розвитку такого напрямку як доставка їжі [2].

Заклади харчування виконують три основні функції: виробництво продукції, реалізація, організація споживання на місці.

Заклади із організацією споживання на місці пропонують емоції, які поряд із їжею створюють позитивне емоційне нашарування, їх споживачі ідентифікують їхню продукцією. Крім цього підприємства, які організують споживання на місці мають можливість контакту обслуговуючого персоналу з гостями та більше інструментів для максимального задоволення потреб відвідувачів, заснованих на їх цінностях. Гості часто

замовляють на доставку страви, які вподобали в закладі, побувавши в ньому, де смак страви доповнюється, сервісом, атмосферою, відпочинком чи дозвіллям. Такі підприємства мають постійних відвідувачів.

Згідно ДСТУ 4281:2004 класифікація закладів РГ за ознакою «Постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в інших місцях. Ця група охоплює: фабрику-заготівельню; фабрику-кухню; домашню кухню; ресторан за спеціальними замовленнями (catering)» [3].

**Формат DARK KITCHEN** – це ресторан, у якому немає посадкових місць, а їжу готують лише для доставки. Назва походить від вислову «dark stores» (темні магазини) – це супермаркети, у яких немає покупців, вони призначені тільки для виконання онлайн-замовлень [4].

Формулювання визначення dark kitchen «темна кухня», було здійснено у 2015 році в США. Це кухня без торгівельної групи приміщень, тобто гостей на місці не обслуговують.

Формат dark kitchen є близький до ресторану за спеціальним замовленням catering, адже кожен з них не має торгівельних залів для гостей, а страви готуються лише для доставки. Але водночас є і відмінності – ресторан-кейтеринг виготовляє більш складу бенкетну продукцію, їжу та напої для спеціальних обслуговувань, кава-брейк, «шведський стіл» тощо. Також працівники ресторану catering організують обслуговування на інших локаціях із застосуванням власних та інших ресурсів – обладнання, меблів, посуду, столової білизни тощо.

Звичайно, що в умовах сьогодення заклади формату dark kitchen не так гостро реагують на закриття на локдаун, адже в них відсутні посадкові місця, а навіть навпаки – збільшуються обсяги доставки.

Дарк-кічен приймає замовлення в реальному часі, які одразу виконуються і доставляються протягом 30 хвилин. «Темні кухні» користуються сервісами служб доставки та мають власних райдерів, які прив'язані до точки.

Заклад формату dark kitchen можна організувати не обов'язково на локаціях, де є потоки людей, але бажано, щоб розташування не було за містом, адже заклад має здійснити доставку і охопити радіус кількох кілометрів навколо себе. Підприємство не витрачається на оренду, утримання площ торгівельних приміщень, на матеріально-технічне забезпечення сервісного обслуговування і це звичайно плюси. Також не затрачаються ресурси на визначення та реалізацію концепції атмосфери закладу.

Асортимент страв, які готуються в dark kitchen простіший та їх кількість менша, ніж в у звичайних ресторанах. Заклади фокусуються на спрощених позиціях меню, щоб максимально автоматизувати процес приготування і упакування їжі. Адже виробництво здійснюється в реальному часі, а доставка має часові рамки. Такі заклади чітко заміряють час виконання замовлення.

Діє ще одна світова тенденція – сервіси доставки запускають заклади формату dark kitchen.

Наслідки пандемії змусили рестораторів розвивати саме сервіс доставки, а також інвестуватися в розвиток форматів dark kitchen. Щоб люди замовили доставку із закладу, який має лише кухню, необхідно виділитись з поміж інших якісними стравами, сервісом доставки і звичайно рекламою.

Dark kitchen будуть працювати на невігідній локації для звичайних закладів, тому для них нижча ставка оренди. Вони не залежать від бенкетів чи їх відміни, від підвищення цін на посуд тощо. А власний штат райдерів, прив'язаних до точки, знаючи місцевість швидко і якісно виконає замовлення. Формат закладу dark kitchen набув розвитку в умовах пандемії, яка триває, тому очікується збільшення закладів даного формату.

#### **Список використаних джерел:**

1. Захарін М. Життя під час COVID-19: вплив на ресторанний бізнес. *Ресторатор*. 2020. №6. С. 26.

2. Повторейко О. Пристосуватися і вижити в умовах карантину. *Ресторатор*. 2020. № 5. С. 14.
3. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
4. Без офіціантів і посадкових місць: у Києві відкрили перший ресторан у форматі dark kitchen. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-promo/291523-dark-kitchen> (дата звернення: 19.04.2021).

*Низенко Галина,  
викладач-методист циклової комісії харчових  
технологій та готельно-  
ресторанного бізнесу  
Забурмеха Андрій,  
студент 3 курсу групи ТХ-121  
ВСП «Хмельницький торговельний  
економічний фаховий коледж КНТЕУ»*

### **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ**

У сучасній маркетинговій діяльності закладу ресторанного господарства особливе місце займають процеси, пов'язані із забезпеченням якості надання послуг. У відповідності до стандартів ДСТУ ISO 9000 маркетингу належить провідна роль у встановленні вимог до якості. У зв'язку з цим, основними процесами із забезпечення якості є вивчення ринку. В першу чергу необхідно здійснювати аналіз даних кон'юнктури й оцінювання якості своєї продукції в порівнянні із продукцією конкурентів; систематично вивчати та уточнювати вимоги споживачів до якості та асортименту кулінарної продукції[1].

Вивчаючи поведінку споживачів, можна відмітити, що за останній час вона суттєво змінилася. Причиною цьому стали нові стратегії просування товарів і послуг, розвиток Інтернет-торгівлі, зростаюча розбірливість споживачів і прагнення до більшої етичності, екологічності споживання, проте і сам маркетинг частково формує культуру і тенденції в поведінці споживачів. Основні тренди в поведінці сучасних споживачів це те, що споживачі більше не хочуть купувати продукти, які не відповідають їхнім ціннісним орієнтаціям: не екологічності, шкідливості для здоров'я і т.п.

В сучасних реаліях на вітчизняному ринку ресторанних послуг фахівці пропонують різноманітні стратегії маркетингу, які зможуть привернути увагу до закладу а також способи, які можуть збільшити продажі закладу. Основні способи:

1. збільшити середній чек
2. збільшити частоту покупки ( працювати з постійними споживачами)
3. збільшити число споживачів

Фахівці радять після визначення стратегії підприємства перейти до тактики, а саме менеджеру необхідно зосередити свою увагу **на локальному маркетингу**[2]. Мається на увазі, що необхідно почати з того, що на карті відмітити «гарячі зони» - квартали, де живуть або працюють ваші потенційні гості - і розміщати рекламу і проводити активні дії саме тут. Адже власне в цих локаціях у людей вже є потенційний попит на вашу пропозицію і помилково розміщувати рекламу в тих зонах і районах, звідки в ресторан не ходять. Власне тут особливу увагу треба приділити визначенню вашої **цільової аудиторії**, і навіть сформувавати 3D портрет ваших постійних споживачів, які згідно з принципом Парето орієнтовно можуть становити 20% від усіх споживачів.

Цей принцип понад сто років тому відкрив італійський економіст Вільфредо Парето. У загальному вигляді закон можна сформулювати так: «20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль - лише 20% результату». Даний закон виявився універсальним і з однаковим успіхом діє як в економіці, так і в особистому житті людини. Винятком не став і ресторанний бізнес. Власнику ресторану необхідно знати, що 80% прибутку його закладу

принесе 20% клієнтів (як правило, ці 20% є постійними споживачами). Згодом власник ресторану напевно помітить, що 80% роботи в закладі - заслуга 20% найбільш працьовитих співробітників. Тому управлінцям ресторанів не варто переживати, коли з 80% коштів і зусиль виходить вкрай маленька віддача. Потрібно поставитися до цього філософськи і переглянути кількість і якість прикладених зусиль[5].

Які хитрощі використовують сучасні маркетологи, щоб продавати більше?

В умовах неприбутковості для зацікавлення потенційних споживачів підприємці ставлять на перший план **креатив**. Адже креативні кампанії допомагають не лише вирізнитися й запам'ятися, а й дають змогу охопити ширшу аудиторію за менші кошти. Як? Через віральність контенту, а саме за допомогою вірусного маркетингу. Вірусними захід або акція можуть вважатися, коли процес поширення інформації починає підкорятися біологічним законам поширення вірусів, тобто будь-який одержувач інформації щиро нею зацікавлюється і переймається ідеєю передати її максимально швидко максимальній кількості друзів, використовуючи найоперативніші канали (найчастіше інтернет-месенджери і соціальні мережі).

Віральність – це здатність контенту поширюватися самостійно. Підприємцям надзвичайно важливо створювати віральний контент з двох причин. До прикладу: якій рекламі ви більше повірите – ролику з позначкою sponsored у стрічці Instagram, чи ролику, який вам надіслав друг із підписом «Братан, заціни, який крутий продукт випустив цей бренд»? Так, ви не одні такі. Люди схильні звертати більшу увагу на рекомендацію друга.

То що таке **віральний контент**, як його створити? У своїй книжці Йона Бергер наводить шість причин, чому певний контент стає віральним. Щоб продукт, послуга або ідея пішли у світ – у них має бути закладено один або кілька з інструментів віральності. Не обов'язково водночас мати **практичну цінність, викликати емоцію та бути помітним для наслідування**. Одного елемента віральності цілком достатньо, щоб про бренд почали говорити. Хоча, звісно, що більше із шести елементів застосувати, то більше шансів у нього стати масовим і “заразливим”.

Сьогодні для отримання конкурентних переваг і швидкого розвитку бізнесу вже недостатньо технологій, які дозволяють швидко фіксувати факти і отримувати звіти. Все частіше для прийняття рішень використовується штучний інтелект. Він аналізує бізнес і вчасно подає керівникам необхідну інформацію, допомагає планувати ресурси і повідомляє про можливі зловживання. Лінійному персоналу система допомагає швидко і точно виконувати щоденні операції і стимулює до особистих досягнень і професійного росту. Майбутнє ресторанної автоматизації власне за такими рішеннями, адже вони знімають з ресторатора величезну кількість рутинної роботи (2).

Висновок. У маркетингу постійно все змінюється - щось застаріває і перестає працювати, щось, навпаки, з'являється і стає частиною нашого життя.

При створенні вірального контенту необхідно враховувати основні тренди в поведінці споживачів. Застосовуючи **тригери маркетингу**, пам'ятати, що тільки креатив є ключем до того, щоб залишитися помітними для переважаного інформацією споживача. «Граючи тільки ціновими пропозиціями ви не здобуваєте аудиторію, яка залишається лояльною на довгий час. А коли ви вибудовуєте довготривалу комунікацію, коли кажете споживачу «у нас з тобою одні цінності», тоді споживач залишиться з вами надовго». Ідеальних рішень для всіх ресторанів немає. Важливо використовувати з користю різні інструменти маркетингу і головне вимірювати результат затрачених зусиль.

#### Список використаних джерел:

1. Шаповал М.І. Менеджмент якості. Навчальний посібник / Київ, 2007.- 471
2. И. Авруцкая, О.Тарабрина 120 инструментов локального маркетинга. Сражение на своей территории. ООО «Медиа группа «Ресторанные ведомости», 2018.
3. Бергер, Йона. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними [Текст] / Йона Бергер ; пер. з англ. Олени Замойської. - Київ : Наш Формат, 2015. - 221 с.

4. Что такое триггеры в маркетинге. Режим доступа <https://union-sp.ru/blog/triggery-v-marketinge/>

5. Принцип Парето. Режим доступа [https://restbis.at.ua/publ/kerivnictvo/zakon\\_pareto\\_abo\\_princip\\_2080/12-1-0-81](https://restbis.at.ua/publ/kerivnictvo/zakon_pareto_abo_princip_2080/12-1-0-81)

УДК 65.012

**Владимир О.М.**

*к.е.н, доц. ТНТУ ім. І. Пулюя,*

**Субчак Н.Р.**

*студент-магістр групи БРМ-51 ТНТУ ім. І. Пулюя,*

## **ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Сьогодні, за умов трансформаційної економіки, керівники вітчизняних закладів гостинності повинні йти шляхом вивчення та використання зарубіжного досвіду в організації українського готельно-ресторанного бізнесу та навчання у власників західних закладів гостинності, які є визнаними “класиками” у цій справі. Поява на ринку готельно-ресторанного бізнесу цих класиків перетворило його з сімейного бізнесу, де приватне володіння готелями та ресторанами було нормою, на індустрію, в якій домінують об’єднання, що прийнято називати “мережами”. При цьому зауважимо, що за основу визначення лідерства в Україні і у світі покладено різні критерії: кількісний аналіз у вітчизняній документації статистичного характеру здійснюється за територіально-адміністративними одиницями (областями), а в західноєвропейських та американських – за статистичними звітами компаній.

Глобалізація економічних, соціальних, культурних політичних взаємин стала невід’ємною частиною суспільного розвитку наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. Об’єктивні процеси та протиріччя, які склалися у геополітичному просторі, зумовлюють потребу щодо кожної окремої складової (суб’єкта) господарської діяльності позиціонувати себе відповідно до вимог, що склалися у світовій глобалізованій системі. На думку дослідників, глобалізація є сучасною формою модернізації, в ході якої змінюється співвідношення об’єктивності та суб’єктивності в процесах культурної взаємодії на користь перших, що не скасовує необхідності контролювання глобалізаційних процесів. Інтенсивний перебіг європейських інтеграційних процесів, залучення до яких є стратегічним напрямом зовнішньої політики України, знаходять втілення в різних формах інституціоналізації таких сфер суспільного розвитку, як економіка, політика, спорт і лише частково культура.

Інтеграційні процеси у культурному середовищі пов’язані з найбільшими труднощами як об’єктивного, так й суб’єктивного характеру, і тому компетенція Європейського Союзу має в цьому сенсі обмежений характер і не передбачає втручання центральних європейських владних структур у культурну політику своїх членів. При цьому підкреслюється необхідність збереження національних культур, підтримується їх різноманіття, дотримуються права на «культурну відмінність», «культурну рівноцінність» і культурну самоідентифікацію. Модель європейської інтеграції визначається своєрідністю західної цивілізації, яка є продуктом специфічних природних умов та особливостей культурно-історичного розвитку. Сукупність останніх визначила базові цивілізаційні цінності, що знаходять утілення в сучасному геополітичному утворенні – Євросоюзі, серед яких можемо виокремити: особисту свободу; верховенство права; раціоналістичний індивідуалізм; принципи та інститути приватної власності; соціальну відповідальність; культуру толерантності, компромісу і солідарності

Соціальне підприємництво, започатковане у межах індустрії гостинності, залучить до активної співпраці громадян, стане відправною точкою для розгортання соціального партнерства держави, бізнесу та суспільства. А соціальне партнерство, у свою чергу, забезпечує життєдайність ініціатив, консолідує всіх членів суспільства не за майновою



(бідний-багатий) або функціональною (керівник-працівник, влада-бізнес) ознакою, безвідносно до соціального статусу, а на основі відповідальності за власну країну, державу, родину і особисту долю. Сучасні українські готелі та ресторани орієнтуються переважно на європейські та американські стандарти в обслуговуванні туристів. Ставлячи за мету вдосконалення управління вітчизняними готелями, не можна ігнорувати світовий досвід розвитку цієї галузі. Так, індустрія гостинності США – це галузь суспільних відносин, що не має собі рівних за складністю, мінливістю, можливістю досягти успіху. Перед керівниками закладів індустрії гостинності завжди постає суперечливе завдання – надати гостям якісне обслуговування, водночас не забуваючи, що це бізнес, в основі якого лежить прибуток.

Готелі та ресторани розглядаються як установи комерційної гостинності, що відіграють важливу роль у багатьох економіках і суспільствах, у яких вони функціонують. Розвиток готельно-ресторанної справи йшов за розвитком засобів транспорту. Постоялі двори й інші заклади схожого типу розташовувалися уздовж доріг і в кінцевих пунктах призначення, обслуговуючи транзитне та кінцеве сполучення. Стрімке поширення у XIX ст. залізниць визначило появу залізничних готелів. У XX ст. автомобільний транспорт зумовив новий попит на місця розміщення на нічліг уздовж шосе, і сучасний мотель, і автоготель стали відповіддю на це. Аналогічний, але менш виражений вплив виявили пасажирські морські перевезення, які стимулювали розвиток готелів у портах, а останнім часом і авіатранспорт, який зумовив значне зростання кількості готелів поблизу аеропортів і аеровокзалів. Другий фактор впливу тісно пов'язаний з транспортом: багато готелів розташовані таким чином, щоб обслуговувати, у першу чергу, відпускників. У місцях їх найвищої концентрації відпочивальники розміщаються у готелях населених пунктів, чисельність місцевого населення яких може становити тільки невелику частку людей, що перебувають там одночасно, як це відбувається на багатьох курортах. Третій, основний, фактор впливу на розташування готелю – місце здійснення економічної діяльності й, зокрема, промисловості та торгівлі. Хоча, знову ж, це невіддільно від розвитку транспорту, оскільки виробнича та комерційна діяльність створює попит на транзитне і кінцеве розміщення для проживання у центрах промисловості та торгівлі, у місцях, не часто відвідуваних відпускниками.

З моменту зародження перших місць для відпочинку мандрівників понад два тисячоліття тому (давньосхідні цивілізації, Давня Греція та Давній Рим) безпосередній комплекс послуг забезпечення їжею, ночівля для постояльців, їхніх слуг і коней доповнювався комплексом супутніх послуг. Згодом рекреаційні можливості комплексу послуг у готельному бізнесі сприяли його еволюції і у XX ст., особливо в Америці, сформували самостійно функціонуючу готельну індустрію з розвиненою інфраструктурою. Готель перетворюється з будинку для проживання у туристичний комплекс, повносервісний готель, орієнтований на потреби цільового споживача, а готельна база стає конгломератом послуг, що надають відпочиваючому, туристу та мандрівнику цілісний набір послуг, що поєднують сферу харчування, розміщення, відпочинку, розваги, рекреації.

Готелі та ресторани XXI ст. стають у ряді перших, хто використовує новітні технології оформлення інтер'єру, високоякісні матеріали, технології приготування їжі та способи міжкультурної комунікації при широкому використанні комп'ютерних та інтернет-технологій, починаючи із бронювання місць і закінчуючи системами забезпечення комфортної життєдіяльності та проведення вільного часу. Готельно-ресторанне господарство стає елементом інфраструктури, показником облаштованості соціального простору в межах міста, культурно-ділових об'єктів, виробництва. За своєю економічною спрямованістю готельно-ресторанний комплекс є комерційним виробництвом, що пропонує на ринку свій товар у вигляді комплексу послуг та продукту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Басюк Д.І., Барна М.Ю. Наукові основи стратегічного розвитку туристично-готельної галузі. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2018. № 54. С. 15–22.

2. Гладуняк Ю. В. Державне регулювання розвитку готельного господарства: проблеми та перспективи / Ю. В. Гладуняк // Наук. вісн. Нац. ун-ту держ. податкової служби України (економіка, право). – 2009. – № 3. – С. 29–36

3. П'ятницька Г. Т. Стратегічні альтернативи розвитку ресторанів в умовах конкуренції / Г. Т. П'ятницька, А. М. Коваленко // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. праць з проблем торгівлі і громад. харчування. Вип. 15. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. ТуганБарановського, 2003. – Т.1. – С. 258–267.

4. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі /О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2014. – Випуск 34. – С. 292–301.

**Березівська Надія**  
спеціаліст вищої категорії  
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових  
технологій і торгівлі»

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Ефективність системи менеджменту підприємств готельно-ресторанної справи – це показник, що характеризує співвідношення результатів діяльності організації і витрат на здійснення управлінських функцій.

Критерії ефективності менеджменту підприємств готельно-ресторанного бізнесу - це результативність управлінської діяльності менеджерів в готельно-ресторанному господарстві, яка визначає якісні її сторони. До основних критеріїв відносять [1]:

– оперативність - своєчасність підготовки і прийняття рішень, а також налагодженість механізмів зворотного зв'язку;

– надійність системи управління - достовірність, цінність і своєчасність інформації, відповідність прийомів і методів роботи сучасному рівню науково-технічного прогресу; рівень підготовки, стаж практичної діяльності та стабільність кадрів;

– якість виконання функцій, забезпеченість засобами оргтехніки;

– оптимальність системи управління - вибір оптимальних методів прийняття господарських рішень, обґрунтованість ступенів управління в організації, а також співвідношення централізації і децентралізації управління стосовно до конкретних умов, норм управляємості та ін.

Кожному варіанту системи управління відповідає певне значення критерію ефективності, і задача управління складається в тому, щоб знайти такий варіант управління, при якому відповідний критерій мав би саме вигідне значення.

В якості критерію ефективності виробництва і управління використовують узагальнені показники, які характеризують кінцеві результати (об'єм виробництва, прибуток, рентабельність та ін.), і часткові показники використання окремих видів ресурсів (праці, основних фондів, інвестицій).

Ефективність управлінської діяльності стосовно до суб'єкту управління може характеризуватися кількісними (економічний ефект) і якісними (соціальний ефект) показниками.

*Кількісні* показники діяльності системи менеджменту готельно-ресторанної сфери включають:

- трудові показники - економію живої праці в сфері управління (скорочення працівників, трудомісткості процесу управління);

- фінансові - скорочення витрат на управління;

- показники економії часу - скорочення довготривалості циклів управління в результаті впровадження інформаційних технологій, різних організаційних процедур.

*Якісні* показники мають важливе значення і включають:

- підвищення інноваційного рівня управління;
- ріст кваліфікації менеджерів, спеціалістів і керівників середньої ланки;
- рівень інтеграції процесів управління;
- підвищення рівня обґрунтованості прийнятих рішень;
- формування організаційної культури;
- управляємість системи в організації;
- задоволеність працею;
- посилення соціальної відповідальності організації;
- екологічні наслідки.

Критерієм ефективності управління є *якість*. *Якість управління в готельно-ресторанному господарстві* - це сукупність відповідності поведінки системи управління конкретній ситуації, яка дозволяє організації впевнено триматися при швидких змінах у внутрішньому і зовнішньому середовищах.

Якість управління залежить від статичних і динамічних характеристик системи управління готелем, тобто від її побудови і функціонування. Тому всі характеристики структур, процесу і методів управління, кадрової роботи та інші в цілому визначають якість управління.

Аналіз ефективності управління підприємством є надто складною проблемою. Об'єктивна оцінка ефективності управління дає можливість порівняти різні варіанти організації управління, дати їм оцінку, окреслити шляхи удосконалення, підвищити відповідальність керівників і спеціалістів за результати їх праці.

Можна виділити наступні найпоширеніші стратегії підвищення ефективності підприємств індустрії гостинності [2]:

- горизонтальне розширення (збільшення асортименту послуг);
- географічне розширення (збільшення зони охоплення за географічною ознакою);
- гібридизація продукту (зміна базового продукту, комбінація різних готельних та ресторанних пропозицій);
- франчайзинг (придбання права на операційну діяльність під ім'ям відомої торгової марки);
- укладення контракту на управління (укладення контракту з фірмами, які керують готельно-ресторанними комплексами, що перебувають у власності підприємств іншого профілю);
- стратегічні альянси (угоди про кооперацію для досягнення комерційних цілей, що не передбачають злиття підприємств) та інші.

Можна виділити два види діяльності по підвищенню рівня ефективності діяльності готельно-ресторанного підприємства:

- техніко-організаційна складова, яка передбачає поліпшення якості матеріально-технічної бази, оптимізацію технологічних процесів і оргструктури бізнесу, створення широкого спектра додаткових послуг, бажано орієнтованих не тільки на гостей готельно-ресторанного комплексу, але і на місцевих мешканців;
- гуманітарна складова, котра включає в себе поліпшення сервісу, формування та розвиток корпоративної культури, застосування системи мотивування персоналу, орієнтацію на гостя.

*Культура управління* органічно включає і уважне, зацікавлене ставлення до потреб і запитів підлеглих. Складовою культури управління є також знання та вміння користуватися державною мовою на високому професійному рівні.

Основними шляхами забезпечення культури управління готельно-ресторанним підприємством є:

- глибоке оволодіння наукою управління;
- методами сучасного менеджменту;

- систематичне підвищення кваліфікації і загальної культури;
- аналіз і практичне узагальнення результатів своєї діяльності;
- розвиток позитивних якостей.

Отож, культура управління готельно-ресторанним підприємством – важлива складова частина управління, яка спричинює прямий і безпосередній вплив на результати діяльності підприємства загалом.

Як висновок з вище викладеного, можна стверджувати, що у будь-якому разі готельно-ресторанні підприємства повинні спрямовувати частину своїх зусиль на користь суспільства. При цьому вони повинні обирати такий варіант соціальної відповідальності, який забезпечив би йому певні переваги та сприяв вирішенню соціальних проблем.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ефективність менеджменту підприємств готельно-ресторанного бізнесу. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://studopedia.su/12\\_64681\\_ponyattya-efektivnosti-menedzhmentu-pidpriemstv-gotelno-restorannogo-biznesu.html](https://studopedia.su/12_64681_ponyattya-efektivnosti-menedzhmentu-pidpriemstv-gotelno-restorannogo-biznesu.html)

2. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. // Мironova M.I., Mironov Ю.Б. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції» (м. Черкаси, 16-17 квітня 2020 р.). Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. 557 с. С.517-520.

*УДК 338.46*

*Мельник Л. М.*

*д.е.н, проф. ТНТУ ім. І. Пулюя,*

*Луцишин М. М.*

*студент-магістр групи БРм-51 ТНТУ ім. І. Пулюя*

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ГАЛИЧИНИ**

Під ресторанним бізнесом розуміється інтегрована підприємницька діяльність, спрямована на організацію виробництва й ефективне управління підприємством громадського харчування з метою задоволення базових і соціокультурних потреб людей, а також для отримання прибутку. Економічною метою ресторанного бізнесу є отримання прибутку, але за останній час цей вид діяльності в Україні зазнав великих змін і тепер покликаний задовольняти не лише потреби у харчуванні, але й забезпечувати економічні, соціальні та культурні потреби людини. Економічні функції ресторанного бізнесу виражаються в єдності виробництва й обігу. Функціонування ресторанного бізнесу визначається межами економічного простору, умовами конкуренції, можливостями інвестування та швидкістю повернення вкладених коштів. У свою чергу, соціальні функції ресторанного бізнесу виражаються у тому, що даний сектор економіки спрямований на задоволення суспільних інтересів і ніяк не суперечить їм. Він визначає культуру, форми, методи обслуговування клієнтів. Ресторанний бізнес також можна розглядати як соціальний інститут, який вирішує важливі завдання розвитку суспільства й індивіду: вирішення проблеми зайнятості населення, зміна рівня та структури безробіття, ємності ринку праці відповідних спеціальностей; сприяння соціалізації індивіду в суспільстві; підвищення соціальної відповідальності бізнесу; виробництво товарів і надання послуг у межах благодійності.

Підприємців, які мають за мету отримати швидкий комерційний успіх, завжди приваблює ресторанний бізнес. Гастрономічні потреби та смаки завжди існують незалежно від економічного стану у країні. Цей бізнес за всіх часів вважається високорентабельним, але не можна стверджувати, що він залишається незмінним. Стан ресторанного бізнесу є індикатором економічного стану країни, вирішує низку соціально-економічних завдань.

Аналіз економічного змісту поняття “ресторанний бізнес” дозволяє уявити його як інтегративну економічну категорію, що має багатоаспектний характер прояву. Ресторанний бізнес представляє собою сукупність господарюючих суб’єктів, діяльність яких пов’язана із задоволенням базових, фізіологічних і комунікативних потреб населення і спрямована на мікрорівні – на забезпечення приросту доданої вартості кінцевого продукту, організацію обігу та реалізацію вироблених товарів і послуг, максимізацію прибутку від здійснення господарської діяльності; на макрорівні – на розширення частки валового внутрішнього продукту, створеного сферою ресторанного бізнесу.

Ресторанне господарство – один із небагатьох напрямів бізнесу, який дає прибуток за всіх часів. У даний час в Україні спостерігається активний розвиток ресторанного бізнесу (на думку більшості експертів, зростання ринку ресторанних послуг у найближчі кілька років складе 7-8%), проте, його економічна роль як елемента єдиної соціальної інфраструктури, частини рекреаційної системи територій, а також центру торгівельних відносин і господарських зв’язків з місцевими виробниками товарів і послуг залишається недостатньою. Крім того, соціальна активність підприємницьких структур даної сфери також досить низька, що зумовлено як несприятливими інституціональними умовами, так і відсутністю реальних механізмів відбору та державної підтримки соціально-орієнтованих структур.

Галичина має істотний потенціал для розвитку ресторанного бізнесу. Стратегічні переваги Галицьких територій для розвитку мережі підприємств ресторанного бізнесу обумовлені як зростаючим потоком туристів, так і зростаючими доходами жителів великих міст, зміною культури харчування, використанням зарубіжного досвіду організації позадомашнього харчування. Однак ці сприятливі можливості реалізуються не у повній мірі. Розвиток і виживання підприємницьких структур у конкурентній боротьбі на ринку ресторанних послуг багато у чому залежать від правильного управління ресторанним бізнесом. На сьогодні велика частина підприємств ресторанного бізнесу не має чіткої мети, у той час, як для світового ресторанного бізнесу характерним є широке використання різних стратегій розвитку, які ведуть до укрупнення бізнесу, створення глобальних мереж, використання ефекту масштабу виробництва, скорочують витрати, оперативно реагують на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, поширюють свій вплив у глобальному масштабі. Галичина й Україна у цілому вказують на те, що багато підприємств сфери громадського харчування не у повній мірі оцінили перспективність напрямків стратегічного розвитку, не в змозі забезпечити високу якість продукції і послуг, індивідуальний підхід до відвідувачів. Багато у чому схожа ситуація обумовлена браком кваліфікованих кадрів. Вивчення рівня розвитку ресторанного ринку Галицького краю дозволяє стверджувати, що він ще далекий від насичення.

У результаті кризи, що була спричинена COVID-2019, виникли проблеми, пов’язані з подальшим розвитком ринку ресторанного бізнесу. У сучасних умовах ресторанний ринок консолідується, дрібні гравці витісняються більшими. Функціонування підприємницьких структур вітчизняного ринку ресторанного бізнесу відбувається в умовах кризової ситуації: висока ступінь вкладень на початковій стадії розвитку; значне число банкрутств або продажів бізнесу з істотним дисконтом до “докризових” рівнів цін; зміна переваг споживачів в умовах кризи; скорочення співробітників відділів розвитку, що негативно позначилося на підвищенні конкурентоспроможності підприємств; утруднений доступ до кредитних ресурсів для підприємців-початківців; висока орендна плата; недобросовісна конкуренція; слабка консультаційна база; агресивна система державного контролю. Виявлені обставини зумовили перетікання клієнтів ресторанів преміум-і бізнес-класу у ресторани більш низької цінової категорії та розширення мережі ресторанів швидкого харчування.

У сучасних умовах ринок ресторанного бізнесу консолідується, намітилися тенденції злиттів-поглинань, які посилюються під впливом кризових явищ в економіці. Вважаємо, що слід виділити наступні фактори, що перешкоджають підприємницьким структурам сфери

ресторанного бізнесу здійснити соціально-економічний розвиток, які ініціюють й економічні функції у національному господарстві України:

- інституційні чинники – такі, як несприятливий інвестиційний клімат, корупція та широкий спектр дискреційних повноважень чиновників, високий рівень податкових та інспекційних обмежень;

- організаційно-економічні – високий рівень витрат і конкуренції, низькі доходи населення, значна міжрегіональна диференціація за показниками рівня життя, відсутність можливості для формування оптимальної схеми розміщення об'єктів ресторанного бізнесу, високі відсоткові ставки по кредитах у поєднанні з відсутністю пільгового кредитування;

- інфраструктурні – слабка інноваційна активність, низька щільність населення на значних територіях країни, недосконалість системи підготовки та перепідготовки кадрів для сфери ресторанного бізнесу, слабкий розвиток транспортної інфраструктури у більшості периферійних регіонах.

Світовий досвід свідчить, що стало розвиваються та виживають у швидко мінливому зовнішньому середовищі підприємства ресторанного бізнесу, які усвідомлено використовують у своїй діяльності конкурентні стратегії диференціації, фокусування, раннього виходу на ринок.

#### **Список використаних джерел:**

Бутенко О.П., Дядушкіна І.В. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку // Економічний простір, № 74, 2013. – С. 73-81.

2. Веремєєва Т. Криза і ресторанний бізнес: як виживають ресторатори в Україні. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://realt.avisio.ua/uk/news?id=25572aeb-631e-4e22-9a3e-cb5f3914b4b1>

3. Кривонос А. Ресторанний бізнес в Україні: підсумки та прогнози. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://fbc.net.ua/video/9551/>

*Руциньська Катерина*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»,*  
*м. Тернопіль*  
*науковий керівник: Гураль Уляна*  
*викладач спец дисциплін*

### **ІННОВАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ ГОСТИННОСТІ – ЕКО-ГОТЕЛІ**

Останніми роками через вичерпність ресурсів нашої планети, вимирання деяких видів представників флори і фауни та погіршення здоров'я націй практично представники різних сфер піднімають питання екологічності. Для великої кількості людей турбота про планету почала полягати не тільки в здоровому харчуванні, але і в більш глобальних рішеннях. Саме тому, у світі з'являються нові концепції бізнесу з урахуванням екологічних вимог.

Готельна індустрія також пристосовується до такого способу життя та популяризує еко-готелі, які несуть відповідальність за вплив на навколишнє природне середовище. При цьому головною метою еко-готелів є раціоналізація у використанні природних ресурсів.

Еко-готель як інноваційна концепція гостинності має ряд особливостей, які відрізняють його від звичайного готелю, зокрема:

- залежністю від природного середовища;
- екологічною стійкістю;
- внеском у збереження навколишнього середовища;
- забезпеченням екологічної програми підготовки кадрів
- врахуванням культури місцевості [1]

У той же час, екологічний готель повинен дотримуватися певних принципів для того, щоб гості готелю почували себе у екологічно безпечному та енергозберігаючому закладі, а сама будівля повинна відповідати естетичним, технічним та екологічним нормам і рекомендаціям.

Зазвичай, еко-готелі, мають специфічний дизайн, що поширює цільовий ринок готелю та стає цікавим не тільки для споживачів, що дбають за навколишнім середовищем. Також, зазвичай, такі готелі не розраховані на велику кількість відвідувачів.

В Україні сертифікація готельних послуг не є обов'язковою, але велика кількість підприємств зацікавлена в екологічній сертифікації. Задля присвоєння готелю статусу «екологічний», готель обов'язково повинен пройти екологічну сертифікацію, основною метою якої є сприяння зменшення тиску на природне середовище від експлуатації туристичних об'єктів шляхом відзначення, популяризації та стимулювання розвитку корисних ініціатив і екологічних методів управління туристичною індустрією [2].

На сьогоднішній день, екологічні сертифікації класифікують за :

- т охоплення: міжнародні, національні, регіональні;
- об'єкт сертифікації: сертифікація товарів ; сертифікація послуг, змішані (товарів і послуг).

Україна стала першою країною на пострадянському просторі, яка почала розвивати систему екологічної сертифікації та маркування, керуючись при цьому міжнародними стандартами ISO 14000, та увійшла до складу GlobalEcolabelling Network.

Згідно з європейськими стандартами ISO 14001:2004 «Системи екологічного менеджменту», еко-готелі повинні відповідати наступним вимогам:

- мати систему екологічно чистого опалення;
- мати власні очисні споруди стічних вод;
- усі відходи в готелі повинні бути класифіковані;
- електрика в готелі повинна вироблятися за допомогою безпечного для навколишнього середовища палива;
- для освітлення потрібно використовувати лише економічні лампи;
- уся їжа в готелі повинна готуватися з екологічно чистих продуктів.

Отже, через посилення тенденції до екологічності у світі, екологічні готелі є інноваційною концепцією гостинності та повинні пройти сертифікацію і отримати статус «екологічний».

#### **Список використаних джерел:**

1. Данілова О. М., Погинайко І. В. Екомаркетингові тенденції в розвитку готельного господарства // Науковий вісник ЧНУ: Зб. наук. пр. Вип. 633-634: Географія. Чернівці: Чернівецький нац. Ун-т, 2012. С.158-161.
2. Мілінчук О. В. Переваги екологічної сертифікації готелів в Україні. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/622/1/322.pdf>
3. [www.iso.org](http://www.iso.org) – онлайн- платформа для пошуку ISO стандартів

***Ковальова Катерина**  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль  
Науковий керівник: **Мучинська Ольга**  
викладач спец дисциплін*

#### **СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Індустрія туризму поєднала в собі низку елементів, які мають на меті зробити подорожі комфортними та корисними. Одним з них є функціонування засобів розміщення. У сучасних умовах туристи вимагають не стільки місця, де можна було б поспати та поїсти,

скільки комфортні умови та комплекс різноманітних, а іноді й унікальних, готельних послуг. Зважаючи на це, готельним підприємствам необхідно вводити інноваційні технології обслуговування та надавати гостям абсолютно нові та неочікувані для них послуги.

Сьогодні інновації в процесі виробництва товарів і послуг є обов'язковою умовою розвитку або навіть виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Інновації в готельному бізнесі приносять додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Узагальнення інноваційної діяльності готельних підприємств дозволило нам виділити чотири види інновацій, а саме ресурсні, маркетингові, продуктові та організаційні.

Ресурсні інновації уособлюють впровадження електронної системи управління готельним підприємством та системи планування його ресурсів. В Україні ресурсні інновації представлені фірмами «InterHotel», «LodgingTouchLibica», «IntellectService» (ВебТ Про) «UCS-UKR», «Галактика», «СІТЕК», які пропонують комплексні програмні засоби автоматизації ІТ готелів, тобто свій програмний продукт і сервісне обслуговування в комплексі. Такі програми допомагають вести готельним господарствам облік та аналіз відвідувачів, здійснювати розрахунки гостей за певні послуги, створювати базу даних постійних відвідувачів. У світі такі системи та програми вже давно використовують майже у кожному закладі розміщення, тому вони є більш успішними та конкурентоспроможними.

На світовому ринку протягом 20 років успішно функціонує компанія «Micros-Fidelio», яка спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів. Дана система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних мереж світового значення, таких як Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinski, Hyatt та ін.).

Система FidelioFront Office (FFO) допомагає автоматизувати основні етапи роботи готелю: від комп'ютерного бронювання номерів, реєстрації, розміщення і виписки гостей, до управління номерним фондом, ведення бухгалтерії й фінансів. До переваг FFO можна віднести легкість в експлуатації, обумовлену досить простою логікою побудови системи і зручністю інтерфейсу, високий рівень безпеки, забезпечений суворим розмежуванням доступу користувачів, гнучкість налаштування. Система FFO може успішно використовуватися як в готелях, що належать до готельних мереж, так і в незалежних готелях і пансіонатах з абсолютно різною технологією роботи.

Маркетингові інновації пов'язані з появою технологій дистрибуції в електронних системах бронювання, що дозволяють в режимі on-line керувати процесом бронювання. Крупними комп'ютерними системами резервування (бронювання) на міжнародному ринку туризму є системи Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 тисяч терміналів, які встановлені в туристичних агентствах усього світі.

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління. До них належать новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи, створення власної готельної мережі тощо.

Щодо продуктових інновацій, то вони спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування, наприклад, клінінгових (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія), енергозберігаючих (автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води, оснащення номерів новітніми панелями Grow, повітряні генератори для вироблення електроенергії); екологічних (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями, скло на вікнах з вторинної сировини, меблі повністю виготовлені з матеріалів вторинної переробки), ароматехнологій тощо.

Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції готельні господарства змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати найвищі позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.



### Список використаних джерел:

1. Сучасні інформаційні технології в управлінні готелем – URL: [http://ua-referat.com/Сучасні\\_інформаційні\\_технології\\_в\\_управлінні\\_готелем](http://ua-referat.com/Сучасні_інформаційні_технології_в_управлінні_готелем).
2. Рябенка М.О., Троян В.В., Молодовець Т.М. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем – URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/ryabenska.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenska.htm).
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент / Ю.П. Морозов. М.: ЮНИТИ-Диана, 2011. 446 с.

*Стець Ольга*

*майстер виробничого навчання  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
м.Тернопіль*

### СФЕРА ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

Сфера гостинності на сьогоднішній день – один з ключових та вирішальних факторів успішного розвитку туристичної галузі. В сучасних ринкових умовах під сферою гостинності маємо на увазі діяльність, спрямовану на забезпечення туристів житлом, харчуванням, а також надання екскурсійних, транспортних послуг, організацію дозвілля. Наявність гостинності стає важливою конкурентною перевагою в туристичному бізнес-середовищі та невід’ємною частиною туризму.

Дослідженням сутності сфери гостинності, історії становлення та розвитку займалися С. П. Кузик, О.О. Любіцева М.П. Мальська, І.Г.Пандяк, Т.І. Ткаченко та ін. Питаннями щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері індустрії гостинності присвячено ряд наукових досліджень відомих закордонних та вітчизняних авторів, таких як Л. Азоєв, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, В.С.Мазур, І. Ліфіц, І. Спірідонов, А. Яновський та ін.

У сучасних літературних джерелах можна знайти такі терміни, як «гостинність», «готельна індустрія», «індустрія гостинності», «сфера гостинності».Американський дослідник Дж. Уокер вважає, що гостинність давно перетворилася на індустрію, у якій зайнято багато мільйонів професіоналів. Він зазначає, що ринок індустрії гостинності, відкритий і конкурентний, справляє значний тиск на індустрію, сприяє поліпшенню якості громадсько-побутових послуг [3].

В той же час, сфера гостинності – це комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб клієнтів (туристів), та яка поєднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, супутні туристичні послуги. Дане поняття можна пояснити як надання послуг з проявом персональної уваги до туриста, здатність відчувати його потреби, побажання туриста (гостя).

Країни, які приділяють велику увагу індустрії гостинності, мають суттєві доходи від розвитку туристичної галузі. Індустрія гостинності змінює також політичну мапу світу. Регіони, які отримують найбільше прибутку від туристичного бізнесу, починають відчувати себе обраними, кращими за інші регіони країн. Саймон Анхольт – всесвітньо визнаний авторитет в галузі вивчення брендів країн, регіонів і міст, туризм називає однією з вагомих складових при оцінці бренду країни.

До тенденцій розвитку світової індустрії гостинності слід віднести:

- поглиблення спеціалізації. Поряд з традиційними повносервісними готелями і ресторанами з’являються підприємства, які спеціалізуються на обслуговуванні представників певного сегмента (автомобілістів, любителів гірського, екологічного туризму та ін.).
- персоніфікація обслуговування, повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- розвиток міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів, а також створення готельних асоціацій, спілок, міжнародних урядових та неурядових організацій;

- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, зокрема використання інтернет-ресурсів, інтернет-технологій і сучасних комп'ютерних систем бронювання й резервування.

Застосування інтернет-технологій стає одним з найактуальніших завдань у розвитку індустрії гостинності.

До сучасних тенденцій також відносять розвиток соціальних медіа та вдосконалення пошукових програм. За даними міжнародної організації World Travel Market, в 2015 р. 84% опитаних мандрівників повідомило, що при виборі туристської дестинації, засобів розміщення та інших послуг під час подорожі довіряють відгукам, залишеним у соціальних мережах іншими туристами. Статистичні дані демонструють високі темпи поширення соціальних медіа в туризмі та свідчать про суттєві зміни в інформаційно-комунікаційному середовищі.

Орієнтуючись на прогнози Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) до 2020 року кількість подорожуючих мала б зрости до 1,6 млрд чоловік за рік, тобто передбачалося збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 роком. За прогнозними розрахунками ВТО щодо розвитку в'їзного туризму в Україні, його чисельність повинна зрости була до 15,0 млн осіб в 2020 році.

Слід сказати, що природа туристичної індустрії зумовлює низький рівень надійності прогнозів різних подій у ній, бо все залежить від великої кількості факторів, значна частина яких некерована. В 2020 році некерованим фактором, що суттєво і негативно вплинув на туризм в багатьох країнах є пандемія COVID-19 (вірусна інфекція).

Генеральний секретар ВТО Зураб Пололікашвілі констатував, що туризм – один із найбільш постраждалих через COVID-19 секторів економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей станом на середину березня 2020 року кількість робочих місць у галузі подорожей і туризму, що перебувають у зоні ризику через пандемію COVID-19, сягнула 75 мільйонів.

У Всесвітній туристичній організації прогнозують, що в цьому році кількість міжнародних туристів скоротиться на 20-30% у порівнянні з показниками 2019 року через пандемію коронавірусу. При цьому наголошується, що таке падіння буде коштувати галузі 5-7 років розвитку, світовий туризм може зазнати збитків розміром 22 мільярди доларів. В зв'язку з цим Всесвітня туристична організація, членом якої є Україна, закликала уряди країн підтримати малі та середні підприємства у туризмі, бо саме вони становлять 80% сектору.

Анна Романова, експерт з туризму, вважає, що для порятунку і так слабкої вітчизняної туристичної галузі, потрібно на державному рівні здійснити наступне:

- запровадити податкові канікули для закладів розміщення, внутрішніх перевезень та культурної індустрії, адже за час карантину є ризик втратити заклади розміщення, маленькі транспортні й туристичні компанії.

- оновити стандарти сервісу, зробити зручну та прозору систему категоризації готелів, створити електронний реєстр всіх суб'єктів туристичної діяльності, навести лад у забезпеченні прозорого фінансового покриття збитків туристів.

- оновити навчальні програми, додавши більше практики в українській сфері гостинності.

Закриті кордони та бажання людей подорожувати після карантину можуть зіграти на користь внутрішньому туризму. Фахівці прогнозують, що попри пандемію внутрішній туризм в Україні вдасться відновити ще цього року на 60-80%. Найбільш затребуваним буде відпочинок на природі – Карпати перш за все. А в липні-серпні – морські курорти. Перш за все відновиться індивідуальний автомобільний туризм.

Актуальним завданням для вітчизняного ринку гостинності залишається пошук стратегічних орієнтирів збільшення конкурентних переваг, які дозволять більш повно задовольняти потреби туристів, підвищити рівень сервісу і, як наслідок, сформувати необхідний рівень конкурентоспроможності галузі. Україна має шанс підтягнутися до туристичних лідерів, адже після пандемії COVID-19 багато країн «обнуляться».

### Список використаних джерел:

1. Богданова С. В. Интернет как средство массовой коммуникации в сфере экономической деятельности / С. В. Богданова, А. В. Бабичева // Моделирование производственных процессов и развитие информационных систем: сб. науч. тр. – 2013. – С. 21–23.
2. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.
3. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» и специальностям сервиса 23.0000 / Р.Джон Уокер; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.

УДК 346.548:664:339.177

*Артем Антонів*

*Національний університет*

*біоресурсів*

*і природокористування України*

*м. Київ*

*Науковий керівник:*

*Наталія Сілонова, к.б.н., доцент*

## КОНТРОЛЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ЗАКОНОДАВЧОМУ РІВНІ В УМОВАХ ФУД-КОРТУ

Згідно із визначенням Закону України заклад громадського харчування – це ресторан, бар, кафе, їдальня, закусоchna, піцерія, кулінарія, кіоск чи інший заклад незалежно від територіальних ознак (місця) провадження господарської діяльності з громадського харчування та ступеня доступності харчування будь-яким особам. Закладом ресторанного господарства вважається організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка виробляє і (або) доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [1].

Для діяльності закладів ресторанного господарства необхідна наявність технологічної документації на страви, вироби та продукції власного виробництва. Дана документація повинна містити опис технологічного процесу виробництва, переліку закладених продуктів, сировини, речовин і супутніх матеріалів, що застосовуються в процесі приготування, даних про норми їх вмісту в кінцевому харчовому продукті, термін придатності до споживання, умов зберігання, способу реалізації, вимог до якості та безпечності сировини, страв та виробів. У разі, коли продукція може завдати шкоди життю або здоров'ю споживача, суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний негайно припинити її продаж і виробництво до усунення причин, які можуть це викликати. У разі коли причини, які можуть зашкодити, неможливо усунути, потрібно вилучити з обігу неякісну та небезпечну продукцію, відкликати її від споживачів.

Фуд-корт (ресторанний дворик) – як правило, закрита площа або загальна площа в межах основного підприємства, який є суміжним з іншими видами господарської діяльності. Подібні варіанти фуд-кортів можуть бути представлені в торгових центрах, готелях, аеропортах, на вокзалах або, в деяких випадках, окремих будівлях, де відвідувачам пропонують послуги відразу кілька підприємств харчування, що мають загальний зал для харчування. За даними української торгової гільдії частка фуд-кортів (в т.ч. в ТРЦ) на кінець 2019 р. досягла 30% замість 10 – 15%. На думку експертів, власникам торгових центрів доведеться вибирати: або привести хорошого оператора, але за невеликі гроші і надовго, або поганого, який платить багато, але ненадовго. Переважно ТЦ надають більшу перевагу хорошому бренду і додатково беруть ще кілька аматорів, яких час від часу

змінюють. Також краще, щоб керуючим фуд-корту був ресторатор, а не власник ТРЦ. Тоді і власник ТРЦ знає, що здав в оренду приміщення досвідченим людям, і ресторатор зацікавлений в ефективній діяльності та більш ознайомлений з даною діяльністю [2].

За оцінкою ВООЗ майже кожна десята людина в світі стала жертвою вживання неякісних харчових продуктів. 420 000 людей щорічно помирають з причини вживання небезпечних харчових продуктів [5]. Безпечність харчових продуктів — це поняття, що включає в себе обробку, підготовку та зберігання харчових продуктів таким чином, щоб запобігти хворобам харчового походження. Для запобігання цим несприятливим наслідкам в Україні здійснюються певні засади державної політики щодо забезпечення якості та безпечності харчових продуктів і продовольчої сировини. Україна, в тому числі на законодавчому рівні, намагається вирішувати питання харчової безпечності. Вони визначаються Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [3], «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», наказ №219 від 24.07.2002 р. «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства». Одним із основних в даному випадку є Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин». Цей Закон визначає правові та організаційні засади державного контролю, що здійснюється з метою перевірки дотримання операторами ринку законодавства про харчові продукти, корми, здоров'я та благополуччя тварин, а також законодавства про побічні продукти тваринного походження під час ввезення (пересилання) на митну територію України [4].

Відповідно до положень Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо харчових продуктів» з 20 вересня 2017 року в Україні набули чинності норми, що передбачають запровадження системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (НАССР) для потужностей, які провадять діяльність з харчовими продуктами. Відповідно до чинного законодавства України оператори ринку повинні розробляти, вводити в дію та застосовувати постійно діючі процедури, що засновані на принципах НАССР, а також забезпечувати належну підготовку з питань застосування постійно діючих процедур. Для повного контролю безпечністю харчових продуктів потрібно застосовувати систему менеджменту безпечності харчовими продуктами, а саме ISO 22000:2018.

Кодекс Аліментаріус – збірник міжнародно схвалених і поданих в однаковому вигляді стандартів на харчові продукти, розроблених під керівництвом FAO/WHO, спрямованих на захист здоров'я споживачів і гарантування чесної практики в торгівлі ними. Підготовлений та виданий Комісією Кодексу Аліментаріус.

Кодекс усталеної практики – нормативний документ, що містить рекомендації щодо практик чи процедур проектування, виготовлення, монтажу, технічного обслуговування або експлуатації обладнання, конструкцій чи виробів. Кодекс усталеної практики може бути стандартом, частиною стандарту або окремим документом. Право власності на кодекс усталеної практики належить державі. [5]

Держава бере на себе зобов'язання забезпечити кожній людині право отримати або безпечні харчові продукти в продажі, або безпечні страви та харчові послуги в громадському харчуванні. Відповідальність за безпечність харчових продуктів несе виробник, а ось контроль – на боці держави, в рамках функцій та компетенцій Державної Служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів.

**Висновок.** Застосування та виконання системи менеджменту безпечності харчових продуктів, державної політики щодо забезпечення якості та безпечності харчових продуктів і продовольчої сировини, кодексів усталеної практики та спеціалізованих законодавчих актів сприятиме належній забезпеченості якості та безпечності харчових продуктів і продовольчої сировини не тільки на кінцевому етапі, а й на всіх етапах виробництва.

#### Список використаних джерел:

1. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства. Наказ № 219 від 24.07.2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text>.
2. Фуд-холи & фуд-корти – війна форматів або еволюційна трансформація. URL: <https://rau.ua/novyni/fud-holy-vs-fud-kortyv/>.
3. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів. Закон України від 07.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.
4. Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин. Закон України від 21.06.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2042-19#Text>.
5. Харчова безпека – що потрібно знати. URL: <https://phc.org.ua/news/kharchova-bezpeka-scho-potribno-znati>.

УДК(338)

*Алілуйко Марія*

*к.е.н., викладач*

*Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка*

### **СЕНСОРНИЙ МАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

В наш час в усьому світі відбувається ріст конкуренції. А насичена конкуренція у світовому готельному бізнесі спонукає учасників ринку шукати нові, оригінальні шляхи залучення клієнтів. Адже, головна мета будь-якого готельного підприємства полягає у тому, щоб його постояльці у майбутньому повертались саме до нього. Саме тому на сьогодні актуальною є проблема впровадження інновацій у функціонування готелю, що може забезпечити його унікальність та відокремити від ряду інших. Однією з таких інновацій є впровадження сенсорного маркетингу в управління готелем.

Сенсорний маркетинг в останній час стає все популярнішим у діяльності вітчизняних маркетологів. Це відносно нове поняття, проте в його ефективності вже переконалися сотні компаній, що використовують у своєму бізнесі інструменти сенсорного маркетингу. Концепцію сенсорного маркетингу створив відомий творець брендів «Disney», «Mars», «Pepsi», «AmericanExpress», «MercedesBenz», «McDonald's» і «Microsoft» Мартін Ліндстром, який вперше запропонував при їх розробці та просуванні не тільки використовувати візуальні образи, а й надавати поєднаний вплив на всі органи чуття людини - зір, слух, нюх, дотик і смак.

Головне завдання сенсорного маркетингу – створити приємні асоціації з брендом під час купівлі і поліпшити настрій покупця.

Дослідження показують вражаючі результати застосування сенсорного маркетингу: якщо процес придбання покупки супроводжується приємним звуком, то кількість придбаного товару зростає на 65%, приємний смак збільшує кількість покупок на 23%, приємний запах – на 40%; товар, приємний на дотик, – на 26%, а приємний на погляд – на 46% [2, с. 433].

Готель з огляду на спрямованість та фінансові показники може обрати один чи декілька елементів сенсорного маркетингу, який вони будуть застосовувати в управлінні готелем. Аналіз основних приміщень готелю, вияв, щодо цільно застосовувати елементи сенсорного маркетингу у таких зонах як: приймально-вестибюльна зона приміщень та номерний фонд готелю.

*Вплив на споживача через запах.* Аромаркетинг - це важлива частина всього сенсорного маркетингу, так як запахи надовго зберігаються в емоційній пам'яті людей і навіть можуть активізувати її. За статистикою, наведеною німецькими вченими перебування клієнтів в ароматизованому приміщенні готелю збільшується на 16%, готовність отримувати послуги – на 15%, імпульсивне отримання послуг зростає на 6% [1, с. 13].

В залежності від поставлених завдань готельне підприємство може використовувати один із напрямів аромаркетингу:

- ароматизація окремого приміщення (частіше вестибюльного або номерів); – ароматизація (нейтралізація сторонніх запахів) – усунення неприємних, сторонніх запахів;
- сезонна ароматизація (під час свят, у літній, зимовий періоди);
- ароматизована продукція готелю (мило, гелі для душу, шампуні тощо);
- ароматизація заходів (під час проведення PR-кампаній, Promo-акцій тощо);
- аромабрендинг - створення запланованого асоціативного зв'язку певного аромату з конкретним готельним підприємством для його ідентифікації і відмінності від конкурентів [4].

Вибір аромату для конкретного готельного підприємства можна вважати мистецтвом - потрібно враховувати традиції, індивідуальність та сферу діяльності.

Так, для ділових готелів найкраще підійде аромат цитрусових (грейпфруту, апельсину, мандарину). Такий запах створить сприятливу атмосферу для легкого сприйняття інформації, збільшить продуктивність праці. А от, заспокійливий аромат – лаванди, ялівцю, яблука, вишні, троянди буде доречним для рекреаційних готелів. Ці запахи сприятимуть хорошому відпочинку і прекрасно відновлять сили.

Вдалим є комбінований підбір ароматів у бутик-готелі «RoyalHotelDeParis» у Києві. У вхідній зоні використовується кавовий аромат, який дає можливість гостям зануритися в атмосферу затишного паризького кафе, де тільки-тільки спекли ароматні хрусткі круасани і зварили свіжу каву. А в номерному фонді використовують трав'яний аромат, який робить повітря чистим і свіжим, що покращує настрій гостей і робить їх відпочинок приємним та незабутнім [1, с. 14].

*Вплив на споживача через слух.* Для того щоб забезпечити вплив на споживача за допомогою слуху використовувати функціональну музику. Американський дослідник Джордж Склаур - одним з перших хто заснував звукозаписуючу фірму з виробництва, так званої функціональної музики – «Muzak». Велику популярність цій фірмі принесли записи заспокійливих мелодій для пасажирів перших ліфтів манхеттенських хмарочосів. Музика допомагала людям, що знаходяться в замкнутому просторі, впоратися із занепокоєнням і негативними емоціями, створюючи тим самим «штучний настрій» [2, с. 434].

Які інші інструменти сенсорного маркетингу, музика підбирається з урахуванням тип і в просторі готелю: відкритого простору («open space») і приватного простору («private space»). До відкритого простору відносяться: туалетні кімнати, ліфти, вестибюлі і ін., а до приватного простору відносять кімнати гостей (номера). Підбір будується на особливостях психологічного сприйняття музичних композицій споживачами. Фахівці відзначають, що швидка, ритмічна і гучна музика змушує споживачів швидше рухатися і приймати рішення, а повільна, мелодійна і неголосна, навпаки, сприяє розслабленню і мрійливого настрою.

*Вплив на споживача через смак.* Впливати на споживача через смак можна використовуючи кухню і гастрономічні традиції готелю. З давніх-давен було відомо, що смакові відчуття на рівні з запахами здатні викликати асоціативні зв'язки з якимись подіями або предметами. Чотири основних типи смаку: солодке, гірке, солоне і кисле—здатні висловити найтонші і різноманітні відчуття, які так само, як і запахи можна асоціювати з брендами. У готельному бізнесі кухня – це ключовий елемент гостинності: саме гастрономічна лінія готелю часом стає вирішальним фактором при оцінці якості готельної послуги. При цьому кухня готелю - це, без перебільшень, його окремий світ, який створюється довгі роки, десятиліття або навіть століття. Історія готельного бізнесу знає приклади, коли бренд готелю формується на основі знаменитої страви або десерту.

Так, наприклад, старовинний готель «Sacher» у Відні є однією з головних екскурсійних перлин австрійської столиці завдяки знаменитому торту, творцем якого став молодий кондитер Франц Захер.

Отже, щоб знайти нові сенсорні впливи для стимулювання споживання, маркетологам необхідно розвивати та використовувати різні стратегії, щоб стимулювати увагу споживачів до корпоративних брендів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гаврилюк А.В., Риндюк С.В. Ароматизація як інструмент оптимізації діяльності підприємств готельного господарства. Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал “АЛОГОС. Мистецтво наукової думки”. №8 Грудень. 2019 С. 12-15.
2. Короленко В.М., Сильчук Т.А. Сенсорний маркетинг як інновація в індустрії готельного господарства. Молодий вчений. №10(62), жовтень 2018. С. 433-435.
3. Сокол П. М., Кухарчук О. І. Ароматизація як стимул реакції покупців на сприйняття товару. Вісник Дніпропетровського університету. Серія “Економіка”. Вип. 10 (1). 2016. С. 63-72.
4. REIMA AirConceptGmbH (Германия) URL: <http://business-aronomat.com.ua/ua/%d0%b3%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b2%d0%bd%d0%b0/>(дата звернення: 26.04.2021).

*УДК 338.48*

*Кузь Т. І.*

*к.е.н, асист. ТНТУ ім. І. Пулюя,*

*Чумак М. А.*

*студентка-магістр групи БРМ-51 ТНТУ ім. І. Пулюя*

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Ресторан (від фр. *restaurer*, відновити, кріпити) – заклад, який продає готову їжу і напої на замовлення для вживання їжі на місці. Ресторанний бізнес – підприємницька діяльність за рахунок власних або позикових коштів на свій ризик і під свою відповідальність угалузі ресторанної справи; Як і будь-який інший бізнес, ресторанний вимагає складання бізнес-плану, менеджменту, маркетингових дослідження та розроблення власної стратегії.

На сьогодні ресторанний бізнес в обігу займає у світі досить високе місце. Разом з цим, це один з найбільш ризикованих видів бізнесу: 50% нових ресторанів розоряються на першому році свого існування, за два роки – 65%, і тільки один ресторан з десяти доживає до 5 років. Зараз ресторанний бізнес є одним з перспективних в Україні.

У традиційній українській класифікації ресторани поділяються на три класи: люкс, вищий і перший, кожному з яких відповідає певний набір вимог. Однак у сучасних умовах доцільно використовувати дещо іншу градацію: елітні, ресторани для середнього класу (демократичні) та фаст-фуди. Крім того, крім звичайних барів і кафе, в останні роки з'явився й функціонує особливий тип закладів громадського харчування – кав'ярні.

Останніми роками ресторанний бізнес став залучати все більше інвесторів з різних сфер бізнесу. Це пов'язано, перш за все, з привабливістю даного ринку в умовах економічного зростання країни і добробуту населення до початку COVID-19, а також з можливостями отримання стабільного прибутку протягом усього часу існування ресторану при його грамотному управлінні. У той же час ресторанний бізнес містить собі багато небезпек для потенційних інвесторів. В Україні відсутній серйозний ринковий досвід у ресторанній сфері та багаторічні традиції. Крім того, немає напрацьованої методологічної бази, яка допомагає вести цей бізнес. Огляд ринку громадського харчування дозволяє зробити висновок, що більша частина закладів громадського харчування ставить свою тематичну спрямованість у залежність від типу кухні: мисливська, спортивна, домашня тощо. Підприємство без чіткої досліджуваної тематики ризикує залишитися непоміченим на фоні різноманіття конкурентів.

Для того, щоб ресторан почав приносити прибуток, необхідна побудова грамотної

маркетингової політики, націленої на залучення й утримання цільової аудиторії. Тому слід заздалегідь поінформувати населення про відкриття закладу, а потім підтримувати постійний інтерес до нього, як залучаючи нових відвідувачів, так і формуючи лояльність старих. Якщо ж мова йде про принципово нову спеціалізацію ресторану (особливо з екзотичною кухнею), слід в обов'язковому порядку адаптувати кухню для споживачів з урахуванням їх смаків при підтриманні постійної наявності доступних для приготування страв продуктів.

Для підприємств громадського харчування велике значення має наявність так званого “якоря”, що забезпечує постійний потік клієнтів, оскільки в основному конкуренція серед рестораторів йде за місце розташування, що є в даному бізнесі однією з ключових конкурентних переваг. Для підприємств фаст-фуду і демократичних кафе найбільш вигідним є розташування біля зупинок, навчальних закладів, банків, лікарень або на перетині великих транспортних магістралей. Однак, рівень витрат і конкуренція в умовах центру є більш високими, ніж в інших районах. Знайти відповідні кадри, що володіють необхідним набором якостей і досвідом, які б ідеально вписувалися у команду ресторану – досить складне завдання. Однак ще більш складним завданням для ресторатора є утримання цих кадрів. Головними причинами плинності кадрів у ресторані можна назвати широкий вибір можливостей для працевлаштування у зв'язку з постійним відкриттям нових ресторанів (конкуренція між роботодавцями), низьку оплату праці та відсутність бонусів, які б орієнтували працівників ресторану на досягнення довгострокових цілей, а також перспектив для розвитку. Окремою проблемою ресторанної галузі є старіння кадрів, оскільки молоде покоління надає перевагу більш престижній роботі в офісах.

На сьогодні у розвитку ресторанного бізнесу в Україні простежуються такі тенденції, як прихильність здоровому харчуванню, розширення асортименту, розвиток концепції швидкого обслуговування, зручність для сімейних відвідувань, розвиток “тиражованих” ресторанів. Переваги роботи у мережевому форматі є очевидними. Це зниження витрат у перерахунку на один ресторан, велика впізнаваність у відвідувачів і кількість повторних відвідувань, збільшення прибутковості, стійкості на ринку і конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що сьогодні ресторанний бізнес займає четверте місце за ймовірністю банкрутства і друге за рентабельністю. Ймовірно, тому ресторанів, барів, кафе в Україні є досить багато, і процес їх відкриття відбувається безперервно. Фахівці вважають, що потреба узакладах харчування поки ще не задоволена, і вийти на цей ринок не так складно. Два схожих кафе, розташовані на віддалі 200 м один від одного, можуть спокійно співіснувати і приносити прибуток.

Якщо говорити про відмінності регіонального ресторанного ринку, то необхідно враховувати, що регіони самі по собі є дуже неоднорідні. Явно виділяються регіони так чи інакше пов'язані з сировинними галузями. У них ресторанний ринок має досить високий розвиток, оскільки рівень доходів проживаючих у цих регіонах сприяє появі все нових об'єктів ресторанного бізнесу. Необхідно також відзначити прикордонні регіони, де явно відчувається вплив суміжних держав. Недорогі китайські ресторани, також ресторани у європейському стилі домінують на таких територіях. Проблема відвідувачів і якості обслуговування значною мірою вирішується завдяки тісному контакту з європейськими країнами і потоку в'їзного туризму.

З кожним роком масове харчування все більше впроваджується у побут широких мас населення, що сприяє вирішенню більшості соціально-економічних проблем; допомагає краще використовувати продовольчі ресурси країни, своєчасно надає населенню якісне харчування; дозволяє більш ефективно використовувати вільний час, що у наші дні є важливим фактором для населення. Попит на продукцію та послуги масового харчування безперервно змінюється та зростає.

Останніми роками український ресторанний бізнес став залучати все більше інвесторів з різних сфер бізнесу. Зараз найбільш перспективним напрямком розвитку підприємств харчування є створення мереж під єдиною торговою маркою. Це виявляється економічно найбільш доцільним, тому що дозволяє економити значні кошти на



заготівельному процесі та рекламу, а також забезпечити необхідний обіг за допомогою великої кількості малих підприємств, розташованих у різних, найбільш прохідних районах міста. На додачу деяку кількість товару з магазину можна запустити у власне міні-виробництво напівфабрикатів. Тобто присутній простір для творчості. Усе більшої популярності набувають вітчизняні мережі ресторанів “швидкого харчування”, які є найбільш затребуваними сьогодні масовим споживачем. Поліпшується якість харчування і рівень обслуговування. Таким чином, ресторанний бізнес в Україні продовжує розвиватися, поступово виходить на світовий рівень, що сприяє розвитку туристської індустрії у цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бутенко О.П. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку / О.П. Бутенко, І.В. Дядюшкіна // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С. 73–81.
2. Даніалі, Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України / Ф. Даніалі // Економіка промисловості. – 2012. – № 3–4. – С. 29–34.
3. Краснокутська Н.С. Стан та перспективи розвитку ресторанного господарства України / Н.С. Краснокутська, О.П. Ткаченко, А.С. Верменик // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 2(2). – С. 245–252.

***Ковбаса Іванна***

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,  
м. Тернопіль*

*Науковий керівник: **Стець Ольга**  
майстер виробничого навчання*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ «ЕДЕЛЬВЕЙС»**

Дозвольте представити вашій увазі результат науково-пошукової роботи на тему: «Удосконалення організації обслуговування іноземних туристів в готельно – ресторанному комплексі «Едельвейс»

Обрана тема є в даний час особливо актуальною, так як, по-перше, в останні роки гістьми готелів і ресторанів України частіше стають представники інших країн. Менеджмент обслуговування спрямований на виконання основного завдання обслуговування іноземних туристів - якісне надання їм різних послуг.

Метою роботи є комплексне дослідження особливостей обслуговування іноземних туристів в готельно - ресторанного комплексу «Едельвейс».

Об'єктом дослідження є готельно - ресторанний комплекс «Едельвейс».

Предметом дослідження виступає специфіка обслуговування іноземних туристів в ресторані. Досягнення встановленої мети вимагає виконання наступних завдань дослідження:

- дослідити теоретичні аспекти досліджуваної теми;
- здійснити характеристику досліджуваного підприємства;
- провести аналіз роботи досліджуваного підприємства по визначеній темі курсової роботи;
- обґрунтувати резерви вдосконалення роботи досліджуваного підприємства.

Обслуговування іноземних гостей має свої специфічні особливості, пов'язані не стільки з якоюсь особливою культурою обслуговування (культура обслуговування повинна бути завжди висока), скільки з урахуванням традицій харчування різних народів.

Організація обслуговування іноземних туристів передбачає використання декількох видів меню, що враховуватимуть особливості національної кухні гостей і обов'язково страви традиційної національної кухні. Для як найповнішого задоволення потреб та

можливих запитів іноземних туристів у вас завжди мусить бути комплексне меню європейських сніданків, меню обіду і вечері для групових туристів, меню порційних страв, дієтичних або вегета-ріанських, дитячих і т. д.

Обслуговування туристів повинно бути чітким, швидким і не перевищувати під час сніданку та вечері – 30 хв, під час обіду – 40 хв. У цих цілях при обслуговуванні груп туристів на одного офіціанта передбачають 10-15 туристів, а індивідуальних – не більше 8 чоловік. Метрдотель та офіціанти, обслуговуючі іноземних туристів, повинні володіти іноземними мовами (англійською німецьким, французьким) в обов'язі, необхідному для виконання своїх обов'язків. Вони повинні вміти вітати туристів іноземною мовою, надавати індивідуальним туристам допомогу у виборі страв і напоїв, давати характеристику страв і напоїв, зазначених у меню, відповідати на питання, що стосуються порядку обслуговування, пояснювати порядок розрахунку, називати вартість страв і напоїв. З метою прискорення обслуговування іноземних туристів організовується «шведський стіл». У тих випадках, коли складається меню для туристів, дуже часто пропонують вранці туристам стандартний *європейський сніданок*. Нижче наводиться кілька варіантів європейських сніданків.

При складанні меню враховують національні смаки та звички в харчуванні іноземних туристів. Для прискорення обслуговування груп туристів попередньо (за 10-15 хв) на столи ставлять воду фруктову, мінеральну або кип'ячену з льодом, а також хліб, булочки, джем, холодні закуски, кисломолочні продукти, солодкі страви. Перші страви доставляють до залу на візках у фарфорових супницях, які ставлять на столи, туристи самі розливають суп в тарілки, другі страви приносять у зал в тарілках.

Готельно-ресторанний комплекс "Edelweiss" знаходиться в Тернопільській області м. Збараж. (17 км. від м. Тернопіль) До послуг гостей цілодобова стійка реєстрації заїзду, устаткування для барбекю та безкоштовний Wi-Fi. Відстань від закладу до Збараського замку складає 2 км.

Номери та люкси комплексу "Едельвейс" оформлені у класичному стилі та обладнані телевізором з плоским екраном. Приватні ванні кімнати укомплектовані феном і безкоштовними туалетно-косметичними засобами.

Гості матимуть нагоду скуштувати страви української кухні у ресторані на території закладу або розслабитися за напоєм у барі.

Ресторан-готель «Едельвейс» обслуговує іноземних туристів, як групами, так і індивідуально. Обслуговування здійснюється за першим класом. Ресторан приймає замовлення груп туристів не менше, ніж за добу, від туристичних фірм. Організація харчування груп іноземних туристів здійснюється за спеціально виділеними столами у загальному залі. Для груп туристів передбачається триразове харчування – сніданок, обід, вечеря. На прохання туристів в ресторані можна замовити дієтичні або вегетаріанські страви. Меню сніданку може передбачати так званий європейський сніданок. Сніданок починається з 8 до 10 год.; обід – з 12 до 15 год.; вечеря – з 18 до 20 год.

За одним зі столів, призначених для харчування іноземних туристів, ставлять національний прапорець країни, з якої прибули туристи.

Індивідуальних іноземних туристів забезпечують триразовим харчуванням.

Інколи сніданок може подаватись за безготівковим розрахунком. Його вартість входить у вартість туристичних документів.

Було приділено увагу також організації дозвілля у ресторані при готелі «Едельвейс».

- дизайнер,
- оформлення та обслуговування фуршетів,
- жива музика,
- весільний кортеж,
- важкий дим,
- холодні вогні,
- кальян.

Для як найповнішого задоволення потреб та можливих запитів іноземних туристів у вас завжди мусить бути комплексне меню європейських сніданків, меню обіду і вечері для групових туристів, меню порційних страв, дієтичних або вегета-ріанських, дитячих і т. д.

Треба враховувати, наприклад, що американці п'ють каву перед сніданком, а корейці, на відміну від американців та європейців, не вживають каву взагалі. Гостям з Індії і деяких інших країн треба подавати чай.

Європейці снідають, обідають і вечеряють з мінеральною або фруктову водою, а народи Сходу — японці і корейці — найчас-тіше мінеральну воду не п'ють узагалі.

Може здаватися дивним, але далеко не у всіх народів у пошані кетова ікра і балики, зокрема на угорців, єгиптян і алжирців ці страви не справляють враження.

Данці, норвежці, чехи і румуни не люблять баранину. Угорцям не варто пропонувати киселі, а англійцям — варені ковбаси, млинці і пельмені. Румуни майже не вживають соуси, а корейці не визнають бульйонів. Скандинави не звернуть відповідної уваги на страви, приготовлені із сиру.

Конфузом може обернутися пропозиція гостям їхніх національних страв, якщо не витримані умови їхнього приготування. Наприклад, корейці не будуть їсти страву з рису, приготовленого не так, як це прийнято в них на батьківщині.

Є свої нюанси й у вживанні хліба. Болгари, румуни, араби віддають перевагу білому хлібу, але замість нього можуть бути подані тости — підсмажений хліб. Англійці, французи, американці другий прийом їжі називають ленчем (за часом він збігається з нашим обідом). У меню ленчу немає перших страв, є закуски, другі страви, солодкі страви і кава або чай.

Обід (за часом наша вечеря) складається із закуски, перших і других страв, десерту, чаю або кави.

Супи подаються невеликими порціями — по 250—300 мл, причому перевага надається бульйонам, протертим супам або заправним супам із дрібно накришеними продуктами.

Специфічний обов'язок покладається на Вас при обслуговуванні індивідуальних туристів: ви зобов'язані допомогти вибрати страви з меню з урахуванням традицій національної кухні туриста і запропонувати страви своєї країни. Багато іноземців із задоволенням замовляють, наприклад, український борщ, вареники, млинці із сметаною, шашлик.

Отже, в умовах сучасного економічного ринку, жорстокої конкуренції підприємств готельного бізнесу важливим напрямком діяльності готелів є ефективна організація обслуговування різних видів іноземних туристів.

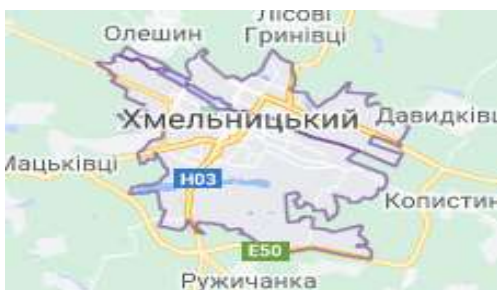
Організація обслуговування іноземних туристів, його насиченість є механізмом здійснення соціально-культурної діяльності та одним з ефективних способів пропаганди культурно-історичних цінностей.

Основне завдання готелю, як соціального інституту, полягає в розвитку соціальної активності і творчого потенціалу особистості, організації різноманітних форм дозвілля і відпочинку. Комплекс заходів з удосконалення управління готелем та організації обслуговування іноземних туристів полягає у наступних заходах:

- урізноманітнення управлінських методів з організації нових соціальних заходів відпочинку для клієнтів готелю;
- активізація стимулювання продаж номерів юридичним особам;
- реалізація методів інформатизації всіх підрозділів готелю;
- поширення інтерактивних заходів у готелі;
- активізація навчальних управлінських методів адміністрації готелю;
- оптимізація адміністрування дизайну готелю;
- поширення спеціалізованої друкованої продукції, у т. ч. рекламної.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богданова С. В. Интернет как средство массовой коммуникации в сфере экономической деятельности / С. В. Богданова, А. В. Бабичева // Моделирование производственных процессов и развитие информационных систем: сб. науч. тр. – 2013. – С. 21–23.
2. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.
3. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» и специальностям сервиса 23.0000 / Р.Джон Уокер; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.



**Янюк Ольга**  
викладач першої категорії циклової  
комісії харчових технологій  
та готельно-ресторанного бізнесу,  
ВСП «Хмельницький торговельно-  
економічний  
фаховий коледж КНТЕУ»,  
Хмельницький

### СВІТ КАВ'ЯРЕНЬ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Хмельницький притягує неймовірною атмосферою творчості, можливостями відпочинку, гарного дозвілля та гостинністю його мешканців. Місто є одним із найохайніших та найзеленіших обласних центрів України, що розкинувся по обидва боки річки Південний Буг. Хмельницький динамічно розвивається і є сучасною візитівкою краю. Швидкими темпами у місті розбудовуються нові житлові масиви та будуються сучасні об'єкти інфраструктури, з'являються нові шкільні та дошкільні навчальні заклади, спортивні та дитячі майданчики, а також заклади ресторанного господарства, зокрема і кав'ярні.

Один з найяскравіших і популярних трендів останніх років - невеликі точки продажів кави, орієнтовані на споживачів, яким зручніше пити каву на бігу, активно розвиваються і віднімають частку ринку у кав'ярень повного циклу.

Кав'ярня - гастрономічний заклад, місце для зустрічей і спілкування, де подають напої і десертні страви, в основному різні види кави, також торти, морозиво, чай чорний і зелений, соки, а також газовані і алкогольні напої.

Практично всі сучасні мережі точок закладів ресторанного господарства м. Хмельницького, в тому числі кав'ярні, мають свою фірмову стилістику, що служить для ідентифікації даного закладу серед великої кількості конкурентів.

Згідно сайту Tomato - команда професіоналів - фахівців з дизайну, програмування, маркетингу, копірайтерів, а за сумісництвом - любителів гарної їжі, кращі кав'ярні міста Хмельницького(табл. 1)

Таблица 1.

Кращі кав'ярні у місті Хмельницькому

№ п/п	Назва кав'ярні	Місце знаходження кав'ярні
1	Кав'ярня Львівська Цукерня	Хмельницький, вул. Проскурівська 45
2	Кав'ярня Львівська майстерня шоколаду	Хмельницький, вул. Проскурівська 33
3	Кав'ярня Coffeelaktika (Кофелактіка)	Хмельницький, вул. Кам'янецька 17
4	Кав'ярня Black Honey (Блек Хоней)	Хмельницький, вул. Кам'янецька 54
5	Бар Винотека Бріюш	Хмельницький, вул. Проскурівського Підпілля 70
6	Кав'ярня Caffè Milen	Хмельницький, вул. Соборна 69
7	Кав'ярня Pan Cake	Хмельницький, вул. Проскурівська 17

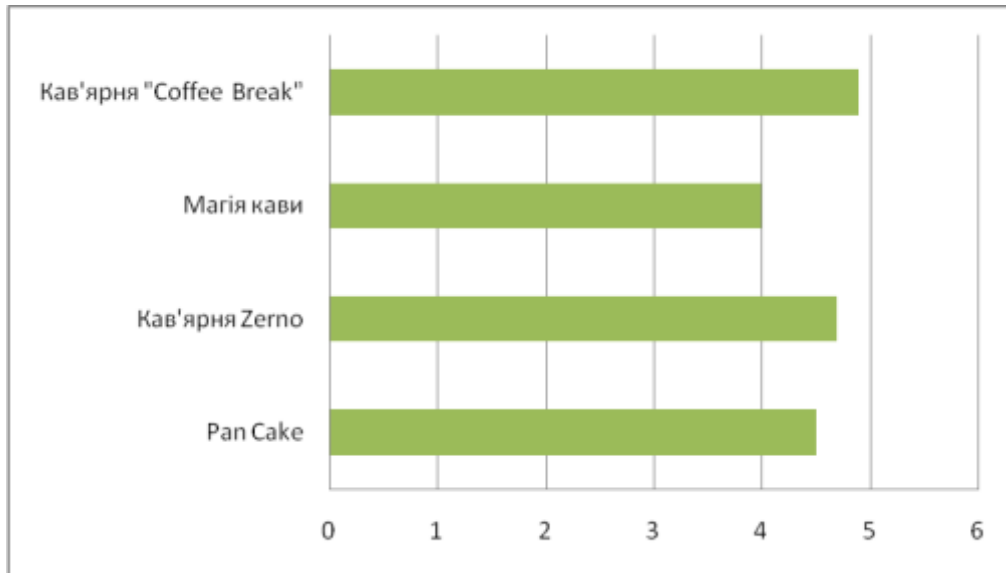
Джерело: розроблено автором

Хмельницький впевнено взяв курс на євроінтеграцію. У місто постійно приїздять іноземні делегації та потенційні інвестори. Мешканці міста та працівники міської ради беруть участь у різних програмах, конференціях та форумах, які організовують країни ЄС. За активну діяльність у напрямку євроінтеграції, зміцнення міжнародних зв'язків та поширення європейських цінностей Хмельницькому присвоєно почесну нагороду Ради Європи «Європейський диплом». У 2015 році міська рада приєдналася до Європейської ініціативи «Угода мерів». У 2017 році Парламентська Асамблея Ради Європи оцінила зусилля Хмельницького щодо роботи в напрямку євроінтеграції, розвитку економіки, енергоменеджменту та міжнародного співробітництва і присудила місту Прапор Честі (FLAGS OF HONOUR). У 2019 році Хмельницький відзначено почесною нагородою Призу Європи - Дошка Пошани (PLAQUE OF HONOUR). Це друга за значимістю нагорода Ради Європи[1].

Саме тому мешканці та гості м. Хмельницького дбають про репутацію міста. Проаналізувавши Інтернет - ресурси, було визначено позитивні відгуки споживачів про кав'ярні, які розкривають секрет приготування одного з кращих в світі напою - кави: від моменту подачі заявки постачальникам на постачання необхідною продукцією та витратними матеріалами, до моменту обслуговування гостя та подальшого його супроводу з метою формування у нього лояльності(Мал.1).

Малюнок 1.

Відгуки споживачів



Джерело [2]

Отже, у даній статті проаналізована діяльність кав'ярень м. Хмельницького. Таким чином, роль кав'ярень у формуванні міського громадського публічного простору міста не є однозначною. Даний тип зазначений продовжує зберігати своє становище як платформа для спілкування. Разом з тим процес комунікації все більше трансформується, що пов'язаний з усіма швидкими розробками технологій. Відвідування кав'ярень все більш приваблює статусний характер і несе можливість демонструвати сучасний образ життя.

#### Список використаних джерел:

1. ХМЕЛЬНИЦЬКА МІСЬКА РАДА офіційний сайт URL: <https://khm.gov.ua/uk/content/nashe-misto>
2. Відгуки споживачів про кав'ярні Хмельницького URL: <https://www.google.com/search?q=відгуки+споживачів+про+кав%27ярні+хмельницького>

УДК 65.012

**Паляниця В. А.**

*к.е.н, доц. ТНТУ ім. І. Пулюя,*

**Михайлишин М. В.**

*студентка-магістр групи БРМ-51 ТНТУ ім. І. Пулюя*

### **ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**

Розвиток ринку закладів ресторанної індустрії у його сучасному вигляді відбувся тільки на початку ХХІ століття. Обіг громадського харчування в Україні є в кілька разів нижчий, ніж на зрілих ринках, а зростання обмежується нестабільністю економічної та політичної ситуації у країні. Частка харчування поза домом у загальній структурі витрат домогосподарств поки не велика. У всьому світі ринок громадського харчування зростає, іноді випереджаючими темпами (порівняно з обігом роздрібною торгівлю). Наприклад, у США у березні 2019 року вперше в історії споживачі витратили більше грошей на харчування поза домом, ніж на купівлю продуктів (тобто приготування та харчування вдома), а за підсумками всього минулого року ці показники майже зрівнялися. Аналогічна ситуація склалася у Великобританії. В інших країнах Європи (наприклад, у Франції та Німеччині) витрати на харчування поза домом лише вдвічі нижчі, ніж витрати у продуктових магазинах. В Україні обіг харчування поза домом майже в 10 разів менший, ніж обіг продовольчих товарів. За показником витрат на громадське харчування у

перерахунку на душу населення, Україна також у разі відстає не тільки від західних ринків, але і від країн Східної Європи.

Враховуючи культуру харчування поза домом, що зміцнюється в Україні, особливо у великих містах, а також розмір ринку та населення країни, український ринок громадського харчування має потенціал до подальшого розвитку. Культура харчування поза домом перебуває на зрілому етапі формування. Це можна помітити за останньою кризою 2019-2020 рр. На фоні зниження наявних доходів споживачі були змушені економити, у тому числі, урізуючи витрати на харчування поза домом, проте вони не змогли повністю відмовитися від вже виробленої звички, тому два останні роки обіг громадського харчування показував падіння, але не настільки різке, як під час кризи 2008-2009 рр. У найближчі роки значного зростання обігу громадського харчування не очікується, проте ринок поступово починає відновлюватися. Так, починаючи з травня 2021 р., спостерігається позитивна динаміка показника, очікуване середньорічне зростання може скласти 4% на найближчі 5 років. У середньому по європейських країнах зростання обігу громадського харчування набагато стабільніше – за останні 10 років він склав 4,2% щорічно, і в найближчі 10 років очікується зростання у середньому на 4,9% на рік.

Збільшення ролі підприємств ресторанної індустрії пов'язане з розвитком комунікацій, зміною технологій перероблення сировини, умов доставки готової продукції, напівфабрикатів і сировини, інтенсифікації багатьох виробничих процесів. Отже, діяльність підприємств індустрії харчування призначена для задоволення потреб населення в організації впровадженого харчування та дозвілля, полягає у вирішенні як економічних, так і соціальних завдань. З переходом до трансформаційної економіки змінилася діяльність всіх господарюючих суб'єктів. Економічна мета ринку послуг громадського харчування полягає у забезпеченні ефективного використання споживчих ресурсів для задоволення потреб суспільства. Реалізація даної мети відбувається у результаті вивчення потреб суспільства у послугах та надання їх різноманіття на ринку. Таким чином, можна сказати, що виробництво послуг громадського харчування виходить з реально мінливих ринкових умов і потреб населення. У сфері надання послуг громадського харчування всі учасники ринку виявляються приблизно в однакових умовах, що співвідноситься на рівні цінового регулювання виробництво послуг харчування з реально мінливими потребами.

Важливою особливістю громадського харчування є можливість забезпечення необхідних умов для дотримання певного способу організації харчування та дозвілля за допомогою виконуваних даною галуззю функцій. У даний час основна мета підприємств індустрії харчування, сенс її існування полягає в результаті діяльності підприємств і громадян-підприємців щодо задоволення потреб населення у харчуванні та проведенні дозвілля.

Змінюються функції, що виконуються підприємствами індустрії харчування. Поряд з виробничою, торговельною функціями і функцією організації харчування, реалізації та організації споживання необхідно виділити таку функцію, як “організація дозвілля людей і соціальних заходів населення”, оскільки ефективність, конкурентоспроможність підприємств індустрії харчування безпосередньо залежить від виконання цієї функції. У зв'язку з ринковими перетвореннями у країні змінилася сутність громадського харчування. Термін “громадське харчування” (індустрія харчування) слід розглядати як самостійну галузь економіки, що складається з підприємств різних форм власності та організаційно-управлінської структури, що організовує харчування населенню, а також виробництво та реалізацію готової продукції та напівфабрикатів як на підприємстві громадського харчування, так і поза ним, з можливістю надання широкого переліку послуг з організації дозвілля та інших додаткових послуг.

2020 рік виявився одним з найскладніших періодів для українського ринку громадського харчування. Зниження споживчої активності у зв'язку з COVID-2019, викликане падінням доходів населення, було посилене дією продовольчого ембарго і обвалом національної валюти. Усе це призвело до значного зростання фудкосту компаній. Над вирішенням цієї проблеми протягом усього 2020 року працювала більшість

українських рестораторів. Зниження трафіку та підвищення витрат створили вкрай важкі умови, впоратися з якими вдалося не кожному. Традиційно обіг закладів громадського харчування в червні падає порівняно з попередніми місяцями року, тому що починається сезон дач і відпусток.

Серед основних трендів розвитку національного ринку громадського харчування можна виділити наступні.

1. Збільшення частки закладів громадського харчування на торгових вулицях. За останні кілька років програма реконструкції вулиць у містах, спрямована на розширення пішохідних зон й обмеження паркування в центрі, призвела до зміни профілів орендарів на торгових вулицях. На місце магазинів одягу, взуття та аксесуарів прийшли оператори, орієнтовані на збільшений пішохідний трафік – кафе і ресторани, які тепер займають основну частку торгових приміщень на вулицях у центрі міста.

2. Розвиток сервісу доставки їжі. Отримав активний розвиток сервіс доставки їжі, причому все більшу популярність набирає спосіб замовлення їжі через мобільні додатки. Оператори розвивають свої власні мобільні додатки й активно співпрацюють з уже звичними для користувачів сервісами. Нещодавно у Києві був запущений сервіс доставки їжі від операторів таксі, за допомогою якого McDonald's запустив свою доставку.

3. Розширення та концепція фудкортів і рестораних зон у торгових центрах. На ринку закріпилася тенденція відвідування торгових центрів не тільки з метою здійснення покупок, але і з метою проведення дозвілля. У зв'язку з цим яскраво вираженим трендом є розвиток розважальної складової у торгових центрах, у тому числі, розширення та концепція фудкортів, відкриття повноформатних ресторанів у галереях торгових центрів, збільшення частки, що займається закладами громадського харчування. Кафе та ресторани перестають мати лише супутню функцію, вони стають центрами тяжіння у торгових центрах і починають самостійно генерувати потік відвідувачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дьяков С. А., Шаталова Е. Н. Маркетинг в ресторанном бизнесе. Международный научный журнал “Символ науки”, 2016. – № 6. – С. 316–318.
2. Інтернет-сторінка журналу “Ресторатор”. URL: <http://www.restorator.ua/>
3. Как клиентоориентированные технологии позволяют ресторанам увеличивать прибыль. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://prohotelia.com/2014/11/restaurant-features/>.
4. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/skavronska2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/skavronska2.htm).

*Леся Гвоздецька*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*  
*викладач-методист*

#### **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

Сьогодні туризм виступає однією з найприбутковіших галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно та динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу соціально-економічних проблем. Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Таким чином, туризм у сучасній світовій системі господарювання займає провідні позиції.

Україна є туристично привабливою країною і має всі можливості для розвитку вітчизняного туризму як пріоритетної галузі економіки. У Стратегії розвитку туризму і



курортів на період до 2026 року сфера туризму визначена однією з основних галузей, що впливають на загальний стан і тенденції світової економіки. Тому можливість прискорення економічного зростання країни завдяки туристичній галузі підтверджено світовим досвідом. «Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг» – зазначено в Стратегії розвитку туризму і курортів України на період до 2026 року [1]. Оскільки в умовах світової кризи і пандемії, пов'язаної з поширенням вірусу COVID-19, конкурентна боротьба за споживача туристичного продукту стає ще більш жорсткою, це спонукає суб'єктів галузі переглянути підходи та інструменти щодо якості та наповнюваності своїх туристичних послуг, знайти нові дієві форми та способи зацікавленості туриста в інноваційній, сучасній, конкурентоспроможній, такій, що відповідає вимогам сьогодення туристичній послугі[3].

Згідно даних Інституту проблем управління ім. Горшеніна, за результатами опитування (у 129 населених пунктах соціологи опитали більше двох тисяч повнолітніх українців) 22% з них вважають, що найбільший інтерес для туристів у їхньому регіоні становлять історичні пам'ятки, 21% – природа, 15% – чистота водойм, 11% – лікувальні води, грязі, солі, 11% – сільськогосподарська продукція. Майже не були відзначені релігійні цінності, народна творчість, національна кухня та археологічні пам'ятки. Проте більше чверті респондентів категорично заперечили наявність у своєму регіоні будь-чого, що може становити інтерес для туристів [2].

Варто зазначити, що на сьогоднішній день для розвитку туристичної сфери в Україні існують усі передумови. Україна володіє значним потенціалом маючи вигідне геополітичне розташування, сприятливі кліматичні умови, різноманітний рельєф, мережу транспортних сполучень, культурну спадщину. Крім цього, в Україні дедалі частіше розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів.

Одним із пріоритетних напрямків розвитку як іноземного, так і внутрішнього туризму в Україні є лікувально-оздоровчий туризм. Цьому сприяють потенційні та наявні в Україні лікувальні ресурси та природні умови, що дуже схожі до європейських країн – лідерів лікувально-оздоровчого туризму. Україна має високий потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, що має усі шанси створити вагомі передумови для його перетворення на дієвий чинник соціально-економічного розвитку України. Але матеріальна база лікувально-оздоровчого туризму, яка завжди була гордістю України, катастрофічно зменшується.

Ще одним перспективним напрямком вітчизняної туристичної галузі має стати винний туризм як різновид внутрішнього тематичного туризму. Зокрема, сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважається за доцільне розвивати і підтримувати такий вид тематичного туризму, як винний, з метою популяризації місцевої виноробної продукції – з одного боку, і підвищення рівня конкурентоспроможності туристичної галузі – з іншого боку.

В умовах пандемії COVID-19 відбувається підйом внутрішнього туризму. Як зазначають представники туристичного бізнесу, для популяризації подорожей Україною COVID-19 зробив більше, ніж всі українські уряди разом взяті. Українці нарешті почали подорожувати Україною, і це чудово. Звісно, більшість таких подорожей люди організовують самостійно.

#### **Список використаних джерел**

1. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 30.05.2020).
2. Писаревський І. М. Туризм як національний пріоритет / І. М. Писаревський: Монографія. – Х: ХНАМГ, 2010. – 284 с
3. Фурдак М.М Шляхи розвитку туристичної галузі України в умовах викликів 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/3\\_20\\_ukr/26.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/3_20_ukr/26.pdf)
4. <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>

*Стець Ольга*  
*майстер виробничого навчання*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»,*  
*м.Тернопіль*

### **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ З ПРОФЕСІЇ «ОФІЦІАНТ» У СФЕРІ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**

Сфера гостинності на сьогоднішній день – один з ключових та вирішальних факторів успішного розвитку туристичної галузі. В сучасних ринкових умовах під сферою гостинності маємо на увазі діяльність, спрямовану на забезпечення туристів житлом, харчуванням, а також надання екскурсійних, транспортних послуг, організацію дозвілля. Наявність гостинності стає важливою конкурентною перевагою в туристичному бізнес-середовищі та невід’ємною частиною туризму.

Дослідженням сутності сфери гостинності, історії становлення та розвитку займалися С. П. Кузик, О.О. Любіцева М.П. Мальська, І.Г.Пандяк, Т.І. Ткаченко та ін. Питаннями щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері індустрії гостинності присвячено ряд наукових досліджень відомих закордонних та вітчизняних авторів, таких як Л. Азоев, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, В.С.Мазур, І. Ліфіц, І. Спірідонов, А. Яновський та ін.

У сучасних літературних джерелах можна знайти такі терміни, як «гостинність», «готельна індустрія», «індустрія гостинності», «сфера гостинності». Американський дослідник Дж. Уокер вважає, що гостинність давно перетворилася на індустрію, у якій зайнято багато мільйонів професіоналів. Він зазначає, що ринок індустрії гостинності, відкритий і конкурентний, справляє значний тиск на індустрію, сприяє поліпшенню якості громадсько-побутових послуг [3].

В той же час, сфера гостинності – це комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб клієнтів (туристів), та яка поєднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, супутні туристичні послуги. Дане поняття можна пояснити як надання послуг з проявом персональної уваги до туриста, здатність відчувати його потреби, побажання туриста (гостя).

Країни, які приділяють велику увагу індустрії гостинності, мають суттєві доходи від розвитку туристичної галузі. Індустрія гостинності змінює також політичну мапу світу. Регіони, які отримують найбільше прибутку від туристичного бізнесу, починають відчувати себе обраними, кращими за інші регіони країн. Саймон Анхольт – всесвітньо визнаний авторитет в галузі вивчення брендів країн, регіонів і міст, туризм називає однією з вагомих складових при оцінці бренду країни.

До тенденцій розвитку світової індустрії гостинності слід віднести:

- поглиблення спеціалізації. Поряд з традиційними повносервісними готелями і ресторанами з’являються підприємства, які спеціалізуються на обслуговуванні представників певного сегмента (автомобілістів, любителів гірського, екологічного туризму та ін.).

- персоніфікація обслуговування, повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- розвиток міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів, а також створення готельних асоціацій, спілок, міжнародних урядових та неурядових організацій;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, зокрема використання інтернет-ресурсів, інтернет-технологій і сучасних комп'ютерних систем бронювання й резервування.

Застосування інтернет-технологій стає одним з найактуальніших завдань у розвитку індустрії гостинності.

До сучасних тенденцій також відносять розвиток соціальних медіа та вдосконалення пошукових програм. За даними міжнародної організації World Travel Market, в 2015 р. 84% опитаних мандрівників повідомило, що при виборі туристської дестинації, засобів розміщення та інших послуг під час подорожі довіряють відгукам, залишеним у соціальних мережах іншими туристами. Статистичні дані демонструють високі темпи поширення соціальних медіа в туризмі та свідчать про суттєві зміни в інформаційно-комунікаційному середовищі.

Орієнтуючись на прогнози Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) до 2020 року кількість подорожуючих мала б зрости до 1,6 млрд чоловік за рік, тобто передбачалося збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 роком. За прогнозними розрахунками ВТО щодо розвитку в'їзного туризму в Україні, його чисельність повинна зрости була до 15,0 млн осіб в 2020 році.

Слід сказати, що природа туристичної індустрії зумовлює низький рівень надійності прогнозів різних подій у ній, бо все залежить від великої кількості факторів, значна частина яких некерована. В 2020 році некерованим фактором, що суттєво і негативно вплинув на туризм в багатьох країнах є пандемія COVID-19 (вірусна інфекція).

Генеральний секретар ВТО Зураб Пололікашвілі констатував, що туризм – один із найбільш постраждалих через COVID-19 секторів економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей станом на середину березня 2020 року кількість робочих місць у галузі подорожей і туризму, що перебувають у зоні ризику через пандемію COVID-19, сягнула 75 мільйонів.

У Всесвітній туристичній організації прогнозують, що в цьому році кількість міжнародних туристів скоротиться на 20-30% у порівнянні з показниками 2019 року через пандемію коронавірусу. При цьому наголошується, що таке падіння буде коштувати галузі 5-7 років розвитку, світовий туризм може зазнати збитків розміром 22 мільярди доларів. В зв'язку з цим Всесвітня туристична організація, членом якої є Україна, закликала уряди країн підтримати малі та середні підприємства у туризмі, бо саме вони становлять 80% сектору.

Анна Романова, експерт з туризму, вважає, що для порятунку і так слабкої вітчизняної туристичної галузі, потрібно на державному рівні здійснити наступне:

- запровадити податкові канікули для закладів розміщення, внутрішніх перевезень та культурної індустрії, адже за час карантину є ризик втратити заклади розміщення, маленькі транспортні й туристичні компанії.
- оновити стандарти сервісу, зробити зручну та прозору систему категоризації готелів, створити електронний реєстр всіх суб'єктів туристичної діяльності, навести лад у забезпеченні прозорого фінансового покриття збитків туристів.
- оновити навчальні програми, додавши більше практики в українській сфері гостинності.

Закриті кордони та бажання людей подорожувати після карантину можуть зіграти на користь внутрішньому туризму. Фахівці прогнозують, що попри пандемію внутрішній туризм в Україні вдасться відновити ще цього року на 60-80%. Найбільш затребуваним буде відпочинок на природі – Карпати перш за все. А в липні-серпні – морські курорти. Перш за все відновиться індивідуальний автомобільний туризм.

Актуальним завданням для вітчизняного ринку гостинності залишається пошук стратегічних орієнтирів збільшення конкурентних переваг, які дозволять більш повно

задовольняти потреби туристів, підвищити рівень сервісу і, як наслідок, сформувати необхідний рівень конкурентоспроможності галузі. Україна має шанс підтягнутися до туристичних лідерів, адже після пандемії COVID-19 багато країн «обнуляться».

#### **Список використаних джерел:**

1. Богданова С. В. Интернет как средство массовой коммуникации в сфере экономической деятельности / С. В. Богданова, А. В. Бабичева // Моделирование производственных процессов и развитие информационных систем: сб. науч. тр. – 2013. – С. 21–23.
2. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.
3. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» и специальностям сервиса 23.0000 / Р.Джон Уокер; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.

*Білецька Оксана*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*науковий керівник:*  
*Гарасим Людмила*  
*викладач вищої категорії,*  
*викладач – методист*

#### **ЕКОТУРИЗМ – ВАГОМИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ**

В умовах високої енергоінтенсивності економіки –перед людством стоять завдання, які вимагають якнайшвидшого переходу країни до так званої «зеленої економіки», тобто економічного розвитку за рахунок впровадження енергоефективних технологій, методів «чистого виробництва», використання відновлювальних джерел енергії тощо. Ці завдання викликані змінами клімату, що проявляються в підвищенні кількості, інтенсивності та тривалості стихійних лих, погіршення екологічної ситуації, а відтак і стану здоров'я населення через інтенсивне застосування екологічно «брудних» технологій виробництва, поступове вичерпання невідновних природних ресурсів та подальше зростання цін на енергоносії.

Туристична сфера є важливим сегментом розвитку національної культури та економіки, однією з найдинамічніших її сфер, вона забезпечує десяту частину світового валового національного продукту. Ця галузь економіки розвивається швидкими темпами. Із покращенням добробуту населення зростає попит на туристичний продукт, який приводить до збільшення кількості туристичних пропозицій. Останнім часом спостерігається зрушення в пріоритетах мандрівників, які віддають перевагу тінистим лісам, поселенням традиційних народностей, гірським територіям. Це говорить про феномен так званого екологічного туризму, особливого сектора туристичної галузі, який, за деякими оцінками, вже охоплює більше 10% туристського ринку, а темпи його зростання в 2-3 рази перевищують відповідні темпи у всій індустрії туризму[1].

Існує декілька визначень екотуризму, схожих за змістом: "Екологічний туризм або екотуризм — подорож з відповідальністю перед навколишнім середовищем по стосовно до непорушених природних територій з метою ознайомлення й отримання насолоди від природи і культурних визначних пам'яток, які сприяють охороні природи, „м'яко" впливатимуть на навколишнє середовище, забезпечують активну соціально-економічну участь місцевих жителів і отримання ними переваг від цієї діяльності"[3].

"Екотуризм — туризм, що включає подорожі в місця з щодо незайманою природою, з метою отримати уявлення про природні і культурно-етнографічні особливості даної

місцевості, який не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, при яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення". За останнє десятиліття мало яке зарубіжне видання, присвячене туризму, обходиться без згадування екологічного туризму.

Серед науковців ще досі тривають дискусії про зміст і направленість таких понять і явищ, як "сільський туризм" і "агротуризм". Сільський туризм – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами. Поняття "сільський туризм" часто ототожнюють з "агротуризмом", але "сільський туризм" значно ширше[2].

Агротуризм – відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму: ви наймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах дворогосподарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до дворогосподарства, наприклад, в кемпінгах та наметах. Агротуризм, таким чином, виступає однією з форм сільського туризму. У агротуризмі дворогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста[3].

Екотуризм відбувається на територіях, що мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки) та спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю. Синонімом поняття "екотуризм" є зелений туризм, природничий туризм. Виділяються такі форми екотуризму – активний екотуризм (піший, велосипедний, водний, кінний, рибальство), фауністичні та флористичні поїздки (орнітологічні поїздки, полювання, тематичні поїздки), культурологічні й етнографічні поїздки.

Сільський туризм і його різновидність агротуризм мають багато спільного з екотуризмом і часто відповідають багатьом його пріоритетам, зокрема: збереження природничого та культурного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам харчів з місцевих продуктів. Деякі власники агротуристичних господарств, розташованих поблизу природоохоронних територій, підтримують серед туристів проєкологічні вимоги. У сільських місцевостях організовують відвідувачам багато додаткових послуг, що включають екотуристичні програми: кінні та велосипедні прогулянки, маршрути знаковими стежками у національних і ландшафтних парках, природничі подорожі, збирання ягід та грибів. Але сільський туризм (агротуризм) і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу. Їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування. Сільський туризм – це форма проведення вільного часу у вигляді стаціонарного відпочинку, тоді як базовою метою екотуризму виступає активне відкриття дикої природи, традицій і культури, їх глибоке пізнання й сприйняття. Сільські оселі можуть використовуватись як база для ночівлі та харчування екотуристів.

У зв'язку із поширенням епідемії короно вірусу, зміною умов існування людини, ритму його життя, а відповідно рівня його здоров'я, спостерігається помітний інтерес до розвитку сільського зеленого туризму, у зв'язку з чим зростає необхідність забезпечення оптимальних умов відпочинку, профілактики, лікування і відновлення здоров'я населення різного віку і професій.

Саме сільський туризм може вирішити проблему необхідності реабілітації, психічного оздоровлення за рахунок впливу на здоров'ї людини природних, екологічних чинників. Популярність сільського зеленого туризму як виду відпочинку пов'язана з тим, що він найбільшою мірою відповідає рекреаційним потребам людей, що живуть в умовах урбанізованого середовища, в районах з складною екологічною ситуацією, що випробовують гіподинамію і постійне нервово перенапруження.

Одним із регіонів, багатих на рекреаційні ресурси, є Тернопільська область. Вона має сприятливі умови для розвитку різноманітної рекреаційної діяльності. Зокрема, для лікування, оздоровлення та відпочинку людей є мінеральні води типу "Нафтуся" та "Друскінінкай" (Гусятинський район), лікувальні грязі (Теребовлянський і Тернопільський райони). Нові інвестиційні проекти, направлені на розширення сучасних можливостей санаторіїв "Збруч" і "Медобори", можуть зробити їх привабливими для людей із захворюваннями опорно-рухового апарату і кишково-шлункового тракту із різних регіонів України. Вже зараз "Медобори" приваблюють не тільки лікувальною водою, а й комплексом процедур для оздоровлення людей. Мальовничі ландшафти Товтрового кряжу, Кременецького горбогір'я, Опілля і Придністров'я, річкові долини і лісові масиви є об'єктами пізнавального туризму, екскурсій населення краю, особливо учнівської та студентської молоді. Горбистий рельєф північної і західної частин області у комплексі із потужнішим сніговим покривом, є важливим чинником розвитку в них зимових видів відпочинку, передусім спортивного туризму. Значно тепліший, ніж в інших частинах області клімат у долині р.Дністер поблизу м.Заліщики робить можливим розширення тут курортних зон у перспективі. У області є дуже сприятливі умови для розвитку спелеотуризму: понад 100 карстових печер, серед них найдовша у світі гіпсова печера "Оптимістична" (212 км), найбагатша в Україні за археологічними пам'ятками печера Вертеба (8 км), пристосована для масових екскурсій печера "Кришталева" (22 км), вертикальна печера "Перлина" та ін. Всі вони розташовані у Придністров'ї і є також важливими об'єктами пізнавального туризму.

Об'єктами екологічного туризму є пам'ятки природи, заповідники, заказники (таких в області понад 420). На всю Україну відомими є заповідник "Медобори", гіпсові печери і травертинові скелі Придністров'я, геологічні відслонення у долині Дністра, парки садово-паркового мистецтва у старовинних містечках, дендропарки у м.Хоростків та с.Гермаківка, лісові масиви (15% території області має рекреаційне значення)

Дністровський каньйон, що на Тернопільщині, не поступається своєю туристичною привабливістю ані Карпатам, ані Криму, кажуть експерти з туризму. Дністровський каньйон привабливий насамперед своїм різноманіттям та унікальністю. Таку характеристику тут має абсолютно все: клімат, який порівнюють із Середземноморським; скелі, яким понад 400 мільйонів років; каньйон Дністра і приток до нього, якими нині організуються сплави; печери і гроти, занесені до "Книги рекордів Гіннеса"; багата і цікава історія, етнографія, флора та фауна і це ще не весь перелік багатств цієї частини Тернопільщини.

Збереження навколишнього середовища вважається однією з найважливіших проблем сьогодення. Екотуризм дозволяє не лише захистити та зберегти навколишнє середовище, але й покращити фінансові показники діяльності. Стати втіленням суспільних і приватних інтересів та виявом сучасної відповідальності за майбутнє людської цивілізації.

#### Список використаних джерел:

1. Туристичні потоки 2000–2016. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm).
2. Дмитрук О.Ю., Дмитрук С.В. Екотуризм: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2009. 358 с.
3. Піменов В.Г. Розвиток екологічного туризму в Україні: основні поняття, проблеми, сучасний стан. Вісник ХДАК. 2018. Вип. 52. С. 198–208.

*Мучинська Ольга*  
викладач спец дисциплін  
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль

## ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ



В сучасних умовах високої конкуренції на ринку ресторанного господарства, підприємствам необхідно постійно проводити моніторинг світових новацій та тенденційної сфери, адже впровадження інноваційних технологій та обладнання надає ресторанам можливість позиціонувати себе лідером серед аналогів. Інновацією в цьому є пристрій який використовують в більшості країн світу, як у простих ресторанах, так і на авторських кухнях мішленівських закладів Thermomix TM5 котрий виготовляють у Франції на заводі Vorwerk. [2] Його вибрали багато відомих шеф-кухарів, такі як Хестон Блюменталь і Мішель Ру, за його багатофункціональність: зважування інгредієнтів, варіння, тушкування, вимішування тіста, пасерування, дроблення, шинкування; можливість стежити за точністю температури, емульгувати соуси, готувати ризотто, темперувати шоколад тощо. Кольоровий сенсорний екран забезпечує комфортний перегляд цифрових рецептів, також один Thermomix, замінює безліч дорогих кухонних приладів і допомагає економити енергію за рахунок скорочення часу приготування.

До переваг Thermomix – належать також приготування при низькому вмісті жиру; зберігання втраті вітаміни і корисні речовини в продуктах; хімічного складу води; насичує їжу киснем [3]. У Thermomix можна змолоти зерно на борошно для хліба або випічки. У ньому можна молоти і такі тверді зерна як кукурудза, і те, що має в складі масло, такі як сезам, мак або насіння льону. Обираючи час для подрібнення, можна визначити, якого помелу борошно необхідне для приготування страв - грубого або дрібного. Завдяки сучасним технологіям, Thermomix дозволяє вибрати різні режими - від ніжного помішування до пульверизації. І при цьому можна одночасно нагрівати продукт. Ця комбінація - помішування і одночасне нагрівання - відноситься до видатних можливостей комбайну. Особливо потрібна ця функція для страв, що готуються на водяній бані, таких як голландський соус або яечний лікер. Цей вид приготування особливо підходить для страв, які вимагають початкового подрібнення компонентів. Наприклад, для соусів, супів-пюре, густих супів, джемів – якщо необхідно подрібнити компоненти в міксерній чаші, а потім готувати при бажаній температурі і швидкості. Звуковий сигнал повідомить, коли страва готова. При подрібненні страв, температура яких більш 600С функція уповільненого старту дозволяє уникати розбризкування вмісту чаші при збільшенні швидкості. Функція уповільненого старту працює тільки тоді, коли продукти були розігріті або приготовлені в міксерній чаші.

Отже, на сьогоднішній день прогрес сягнув небаченого рівня. Конкуренція в сфері ресторанного бізнесу дуже висока. Якість їжі і обслуговування не являються єдиними факторами розвитку ресторанного бізнесу. За останні роки інновації суттєво змінили індустрію громадського харчування. Тому для отримання високих прибутків та підтримки свого престижу ЗРГ повинні бути в курсі актуальних новинок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Более 12 приборов в одном: Thermomix один справится за всех. Интернет-джерело. Код доступу: URL: <http://www.thermomixtm.kz/thermomix/12-functions/>
2. Почему шеф-повара выбирают Thermomix? Интернет-джерело. Код доступу: URL: <https://chefs-shop.com/pochemu-shefpovara-vybiraut-thermomix>
- 3, Умная мини-кухня Thermomix. URL: <https://thermomix.io.ua/>
5. Фритюрниця. Интернет-джерело. Код доступу: URL: <https://system4.ua/ru/article/friturnitsyi>.

*Дацій Назарій*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Стець Ольга*  
*майстер виробничого навчання*

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЕТНІЧНИХ РЕСТОРАНІВ

Одним з найбільш стрімко піднесених секторів ринку послуг є ресторанний бізнес, випереджаючи в динаміці свого зростання багато галузей народного господарства. Разом з цим, це один з найбільш ризикових видів бізнесу: 50% нових ресторанів розоряються на першому році свого існування, за два роки - 65% і лише один ресторан з десяти доживає до 5 років [1]. Саме тому в таких жорстких умовах господарювання підприємствам ресторанного господарства необхідно впроваджувати нові підходи до залучення споживачів та підвищення прибутку. Нові концепції і тренди в ресторанному бізнесі допоможуть залучити нових гостей, підвищити їх лояльність, збільшити середній чек на клієнта, а також залишитися на плаву і досягти успіху.

Інновації - один з основних двигунів ресторанного бізнесу. Якість їжі та обслуговування вже не є єдиними чинниками розвитку ресторанного бізнесу. Подорожуючи по всьому світу і відвідуючи різні ресторани, клієнти стали більш вибагливішими. Тому, в останні роки інновації суттєво змінили ресторанну індустрію. Крім зручностей, які надають інновації гостям, вони здатні суттєво економити витрати на робочу силу і інші статті витрат, а також краще організувати роботу ресторану. Так, щоб залишатися «в грі» ресторанам вже не можна не рахуватися з цим фактом, і тому актуальним є дослідження сучасних інноваційних технологій в ресторанній індустрії. Інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу [2].

Отже, інновації - це впровадження та нововведення новітніх технологій, що забезпечують якісне зростання ефективності процесів або продукції, затребуваних ринком. Етнічні ресторани на сьогоднішній день є досить популярними серед туристів та місцевих жителів, та у даний період часу удосконалення, а тобто інновації є одним з найбільш вагомих факторів успіху. Успішними інноваціями в ресторанному господарстві є впровадження технологій Interactive Restaurant Technology. Ці технології пропонують клієнтам найсучаснішу систему замовлення, розваги та новий спосіб спілкування. Залучення цих технологій, новинок є економічно вигідним, оскільки приносить високий прибуток, а з іншого боку є досить зручним для клієнтів, які отримують велике задоволення та багато можливостей: скоротити час на обслуговування, отримати ряд додаткових послуг, взяти участь у приготування власної страви та ін. Ефективність інноваційного розвитку залежить не лише від того, наскільки ефективна діяльність самостійних суб'єктів, але і від того, як вони взаємодіють один з одним як елементи інноваційної системи, у якій формі вони організують свою діяльність [3]. Вплив інновацій у етнічних закладах ресторанного господарства можемо розглянути через основні напрями їх розвитку: 1. Інноваційні концепції та формати впровадженні в етнічних закладах ресторанного господарства, тобто це запровадження комплексного і водночас цілісного визначального задуму в усіх складових ресторану. Тобто повне занурення в атмосферу тої чи іншої етніки. Починаючи від дизайну, музики, меню та закінчуючи робочою формою персоналу та інтерактивними, етнічними обрядами. 2. Комп'ютерні, віртуальні системи в етнічних ресторанах. До таких інновацій належать: електронні меню, Web-сайти, Web-вітрини, аудіо- візуальні дисплеї, додатки онлайн-резервування місць в закладі (Stolik.ua). Автоматизовані системи управління підприємством, Fidello F&B, мережа Інтернет («web-сайти закладів», «мобільний маркетинг», «мобільний додаток»), програмне забезпечення текстової аналітики спрямованої на відгуки клієнтів, програмне забезпечення цифрової робочої сили та аналізу енергії. Впровадження інформаційних технологій в закладі дозволяє скоротити час на більшість рутинних робіт в ресторані. Це дозволяє закладу не тільки надати повну інформацію про заклад дистанційно, проводити онлайн анкетування, а й збільшення кількості замовлень на доставку та бронювання столиків, для бенкету. Автоматизовані системи управління та різноманітне програмне забезпечення дозволяє здійснювати ефективне управління підприємством, допомагає удосконалювати процес обслуговування та виробництва, скорочувати витрати та інше [4]. Всі ці інноваційні



технології дозволяють зменшити час на обслуговування відвідувачів, дають можливості створити нові додаткові переваги в процесі обслуговування. 3. Інноваційні технології в організації виробництва закладів ресторанного господарства. Устаткування, яке удосконалює процес виготовлення їжі.

На сьогоднішній день інтенсивно організовують заклади з відкритою кухнею «Frontcooking», де відвідувачам показують приготування страв, які є в меню ресторану і вони можуть самостійно пересвідчитись в якості послуг. До інновацій цього напрямку можна віднести системи технологій «Cook&Serve», яка передбачає трансфер гарячих і холодних страв для різних контингентів. Система технологій «Cook&Hold» забезпечує енергоощадний режим приготування страв і їх утримання протягом декількох годин без шкідливого впливу на якісні властивості страв. Сучасна форма організації теппан-шоу - є інноваційним стилем приготування страв, суть якого полягає в тому, що кухар готує їжу на поверхні для смаження (теппані) поряд з відвідувачами, які очікують на споживання цих страв [5]. Інноваційний підхід застосували в розробці безвідходного меню в стилі «від носа до хвоста» - концепція визнана в рамках саміту CreativeChefsSummit 2017. А також популярні в етнічних ресторанах такі інноваційні технології, як: «Cookvak», «Sous-vide», «cook-in», «Термоміксинг», «Хоспер», «Пакоджет» та інші. Дане інноваційне устаткування дозволяє підвищити продуктивність праці, забезпечити дотримання технології приготування їжі, знизити витрати пов'язані з контролем технологічного процесу, а також, знизити витрати виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності, забезпечити безперервність роботи обладнання (тобто сучасне обладнання може працювати безперервно в кілька змін), забезпечити зниження 83 тимчасових витрат на приготування продукції тощо. Інноваційні форми та методи обслуговування в ресторанному господарстві. До цього напрямку можна віднести кулінарний тимблдинг, що дає можливість корпоративним клієнтам взяти участь у самостійному приготуванні власної страви, під пильним наглядом шеф-кухаря. Крім цього, популярними стають кулінарні шоу, майстер класи та воркшопи, де учасники мають змогу не тільки скоштувати вишукані страви, але й навчитись їх готувати. До цього ж напрямку можна віднести обслуговування «Freshtime» та принцип «Eat&Smile».

Висновки. Отже, існують безліч інноваційних технологій в ресторанній індустрії. Висока конкуренція етнічних закладів ресторанного господарства на ринку зумовлює рестораторів постійно удосконалювати свої заклади, і тому інновації в ресторанній індустрії значно впливають на розвиток даного ринку. Вони дозволяють забезпечити високу конкурентоспроможність закладу, шляхом скорочення витрат на виробництво, оптимізацією управління, про інформованість споживачів про заклад та його особливості, привернення уваги та зацікавленості споживачів до закладу тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Менеджмент ресторанних послуг: навчальний посібник [для студ. вищ.навч. закл.] / Е.Б. Щетинина – Москва: Літературне агентство «Ексклібріс», 2014. – 41-44с.
2. Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Лаврова – Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. – 133 с.
3. Малюта Л. Концептуальна модель управління інноваціями: орієнтація на ринок / Л.Малюта, Л. Мельник // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – №2 (72). – С.139-144
4. Прилепа Н.В. Особливості розвитку інноваційних технологій у сфері ресторанного господарства / Н.В. Прилепа// Вісник Хмельницького національного університету.-2016, № 4, Том 2.-С. 212-215.
5. Сусол Н.Я. Організація виробничої діяльності в закладах ресторанного господарства./ [Н.Я. Сусол].//-2015.-с.15

*Романчук Іванна  
Тернопільський Національний Педагогічний*

## ІННОВАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Технології в індустрії гостинності дуже стрімко розвиваються. Це пов'язано з тим, що підприємства готельного господарства мають два основних завдання: отримати чим більше клієнтів, та зробити їх постійними відвідувачами. Неможливо виконати ці завдання успішно без використання інноваційних рішень. Для виконання цих завдань готель потребує модернізації в технологіях, заощадження часу, грошей та енергії.

У науковій літературі під інноваціями розуміють кінцевий результат інтелектуальної діяльності (науково-технологічних досліджень, науково-технологічних відкриттів і винаходів та наукових ідей) у вигляді нового об'єкта (системи, технології, обладнання, товарів і послуг) або у вигляді об'єкта, що якісно відрізняється від попереднього аналога [1].

Готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують в середовищі конкуренції, при якій ефективне господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій. Зростання конкуренції у сфері готельного господарства вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження технологічних та інших інновацій в діяльність готельних підприємств. У світі накопичено гігантський досвід успішного ведення готельного бізнесу на основі систематичного впровадження інновацій.

Готельний бізнес багатоплановий, а управління ним – складне трудомістке завдання, що потребує впровадження нових технологій. Управління будь-яким бізнесом сьогодні неможливе без активного використання інновацій.

Перелік 6 найбільш високотехнологічних прогресів сьогодення:

1. Готелі, номери яких оснащені новітніми панелями Grow, які кріпляться на зовнішній стороні фасаду і акумулюють енергію сонця і вітру. Температура і вологість в будівлях регулюється за допомогою водоспаду у внутрішньому критому дворіку - атріумі. Величезна скляна стіна періодично відкривається, щоб в приміщення проникав свіжий морський бриз.

2. Окрім інноваційних сантехнічних рішень - наприклад, щоб наповнити ванну, вода ллється зі стелі, в готелях також є "безшумні електронні дверні дзвінки". Обслуговуючий персонал натискає на кнопку дзвінка біля ваших дверей, і у вашому номері включається інфрачервоний сканер. Якщо він фіксує якийсь рух, з'являється електронний сигнал "не турбувати" і службовець йде, щоб прийти пізніше.

3. Як тільки людина входить до готелю, вона стає одним з персонажів відео, що транслюється у вестибюлі і містить кадри з 2400 встановлених в готелі камер. Тут немає ключів і номерів на дверях, тільки iPhone. Кожному відвідувачеві видається телефон від Apple з технологією розпізнавання, за допомогою якого постоялець може потрапити у свій номер. З iPhone можна подзвонити консьержу, вийти в Інтернет і проглянути заздалегідь завантажену туристичну інформацію.

4. У деяких готелів, встановлений 24-дюймовий iMac, який виконує функцію "центру розваг".

5. Дійсно практичне рішення для постояльців чоловіків - дзеркало для гоління, яке не запітніває. Воно розташовано у ванній кімнаті у всіх номерах.

6. Орієнтоване на юних мандрівників, готелі організують внутрішнє співтовариство PodCommunityBlog, відкрите для тих, хто забронював номер. Це дозволяє постояльцям і майбутнім постояльцям обмінюватися інформацією, ставити питання один одному.[2]

В умовах конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності готельних

підприємств призведе до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг.

Інноваційний підхід в готельному господарстві може зводитися не лише до використання прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління. Використання інноваційних в готельному повинно відбуватись у комплексі, що дасть можливість ефективно розробляти та впроваджувати інноваційні продукти, та в кінцевому результаті підвищувати якість наданих послуг та збільшити результативність господарської діяльності підприємства.

Отже, інновації в готельному господарстві в Україні направлені на вдосконалення існуючих продуктів, та розробки нових продуктів і використання новітніх технологій. На кожному підприємстві існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Але їх наявність не забезпечує підприємству конкурентних переваг. Тому керівництво кожного великого готелю намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проектів. На ринку з'являється безліч автоматизованих систем управління, які дозволяють полегшити роботу персоналу і зробити її ефективнішою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шаповалова О. М. Аналіз інноваційної діяльності у сфері послуг на прикладі готельного господарства / О. М. Шаповалова, С. С. Козьякова // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - № 17. - С. 70-74. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ipd\\_2013\\_17\\_17.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ipd_2013_17_17.pdf).

2. Інновації в готельному господарстві.[Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://www.bestreferat.ru/referat-112689.html>

УДК 339.138:659.1

**Стадник Олена**

Галицький коледж

імені В'ячеслава Чорновола

м. Тернопіль

Науковий керівник: **Тетяна Колісник**, викладач,

першої категорії

### **SMM ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

SMM – це найбільш популярний вид торгівлі і зараз дуже розвиваючий на ринку вид бізнесу, який не потребує великих затрат. І завдяки цьому стає легшою торгівля в соцмережах [3]. Перший хто ввів поняття «Інтернет-маркетинг» був американський вчений У. Хенсон у 1995 році.

Метою наукової роботи є: розкриття поняття SMM у готельно-ресторанному бізнесі. SMM (SocialMediaMarketing) - один із засобів просування своїх товарів та послуг за допомогою соціальних мереж [4]. Головною метою SMM просування є підвищення впізнаваності вашого бренду, зростання зацікавленості вашим продуктом, постійна комунікація з потенційними та існуючими клієнтами.

Інтернет-маркетинг в значній мірі допомагає просувати товари в Мережі, аналізувати попит і пропозиції конкурентів, а також в деяких випадках тестувати продукт, проте ніяк не пов'язаний з плануванням виробництва. Товар в SMM є ті самі послуги і товари, що представлені і в звичайному маркетингу.

Ціни не зазнали значних змін, а вибір де нижча ціна навпаки став легшим. Інтернет створив нові канали розповсюдження товарів та послуг, такі як: веб-сайт, інтернет-магазин і споживчі сервіси [1].

До основних завдань, які вирішує SMM, можна віднести просування бренду, підвищення лояльності і популярності продукту, збільшення відвідуваності сайту організації та інші.

Реклама готелю чи ресторану в Інтернеті більш ефективніша порівняно з іншими способами реклами такого виду послуг. Проте слід зазначити, що SMM просування може бути ефективним інструментом комплексу маркетингових комунікацій готелю чи ресторану, тільки якщо його сайт має оптимальну структуру, усі підрозділи містять тільки свіжу, актуальну інформацію, яка постійно оновлюється.

Соціальний медіа маркетинг дозволяє більш точно впливати на певну цільову аудиторію, вибирати потрібні платформи, де саме ця аудиторія більшою мірою й представлена. Завдяки високим темпам розвитку інтернет - компанії менш чутливі до кризи.

Професія SMM-маркетолог стала дуже популярною і в Україні займає 7 місце. За результатами проведеного дослідження визначено перелік основних методів цифрового маркетингу, які можуть бути використані під час здійснення антикризового менеджменту підприємствами, наприклад, ресторанного бізнесу в сучасних умовах: контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct; ретаргетінг (retargeting); технологія BigData; вірусний маркетинг □2□.

Цифровий маркетинг завжди змінюється і розвивається, а отже, важливо враховувати нові технології і тенденції та використовувати їх із вигодою для готельно-ресторанного бізнесу. У сучасних складних умовах ефективна стратегія цифрового маркетингу має вирішальне значення не тільки для утримання лояльності клієнтів підприємств готельно-ресторанного бізнесу, а й є дієвим інструментом його антикризового розвитку.

Зростаюча диджиталізація у сфері ресторанного бізнесу все більше погрузає клієнтів у цифрове середовище, формує нові грані клієнтського досвіду. При цьому під клієнтським досвідом розуміється вся сукупність емоцій, вражень та знань клієнта, яку він отримує в різних точках контакту (touchpoint) із підприємством готельно-ресторанного бізнесу (як реальних, так і віртуальних).

Отже, SMM технології сприяють підвищенню клієнтоорієнтованості, зміцненню емоційного зв'язку з клієнтом підприємства готельно-ресторанного бізнесу, а також допомагають не попасти в кризове становище.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гронь О.В. Досвід споживачів як конкурентна перевага компанії в сучасних умовах. Бізнес Інформ. 2015. № 7. С. 305–310.
2. Дорошенко К. Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства. URL : <https://suspihne.media/20654-svitovi-intelektuali-pro-naslidki-pandemii-koronavirusu-dla-ludstva/> (дата звернення: 03.04.2021).
3. Маркетинг в условиях пандемии: что делать с бюджетами, командой и клиентами. URL : <https://vc.ru/marketing/118080-marketing-v-usloviyah-pandemii-cto-delat-s-byudzhetaми-komandoy-i-klientami>. (дата звернення: 05.04.2021).
4. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 362–371.

*Стець Ольга*

*майстер виробничого навчання  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
м.Тернопіль*

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ З ПРОФЕСІЇ «ОФІЦАНТ» У СФЕРІ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**

Сфера гостинності на сьогоднішній день – один з ключових та вирішальних факторів успішного розвитку туристичної галузі. В сучасних ринкових умовах під сферою гостинності маємо на увазі діяльність, спрямовану на забезпечення туристів житлом, харчуванням, а також надання екскурсійних, транспортних послуг, організацію дозвілля.

Наявність гостинності стає важливою конкурентною перевагою в туристичному бізнес-середовищі та невід'ємною частиною туризму.

Дослідженням сутності сфери гостинності, історії становлення та розвитку займалися С. П. Кузик, О.О. Любіцева М.П. Мальська, І.Г.Пандяк, Т.І. Ткаченко та ін. Питаннями щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері індустрії гостинності присвячено ряд наукових досліджень відомих закордонних та вітчизняних авторів, таких як Л. Азоев, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, В.С.Мазур, І. Ліфіц, І. Спірідонов, А. Яновський та ін.

У сучасних літературних джерелах можна знайти такі терміни, як «гостинність», «готельна індустрія», «індустрія гостинності», «сфера гостинності». Американський дослідник Дж. Уокер вважає, що гостинність давно перетворилася на індустрію, у якій зайнято багато мільйонів професіоналів. Він зазначає, що ринок індустрії гостинності, відкритий і конкурентний, справляє значний тиск на індустрію, сприяє поліпшенню якості громадсько-побутових послуг [3].

В той же час, сфера гостинності – це комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб клієнтів (туристів), та яка поєднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, супутні туристичні послуги. Дане поняття можна пояснити як надання послуг з проявом персональної уваги до туриста, здатність відчувати його потреби, побажання туриста (гостя).

Країни, які приділяють велику увагу індустрії гостинності, мають суттєві доходи від розвитку туристичної галузі. Індустрія гостинності змінює також політичну мапу світу. Регіони, які отримують найбільше прибутку від туристичного бізнесу, починають відчувати себе обраними, кращими за інші регіони країн. Саймон Анхольт – всесвітньо визнаний авторитет в галузі вивчення брендів країн, регіонів і міст, туризм називає однією з вагомих складових при оцінці бренду країни.

До тенденцій розвитку світової індустрії гостинності слід віднести:

- поглиблення спеціалізації. Поряд з традиційними повносервісними готелями і ресторанами з'являються підприємства, які спеціалізуються на обслуговуванні представників певного сегмента (автомобілістів, любителів гірського, екологічного туризму та ін.).
- персоніфікація обслуговування, повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- розвиток міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів, а також створення готельних асоціацій, спілок, міжнародних урядових та неурядових організацій;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, зокрема використання інтернет-ресурсів, інтернет-технологій і сучасних комп'ютерних систем бронювання й резервування.

Застосування інтернет-технологій стає одним з найактуальніших завдань у розвитку індустрії гостинності.

До сучасних тенденцій також відносять розвиток соціальних медіа та вдосконалення пошукових програм. За даними міжнародної організації World Travel Market, в 2015 р. 84% опитаних мандрівників повідомило, що при виборі туристської дестинації, засобів розміщення та інших послуг під час подорожі довіряють відгукам, залишеним у соціальних мережах іншими туристами. Статистичні дані демонструють високі темпи поширення соціальних медіа в туризмі та свідчать про суттєві зміни в інформаційно-комунікаційному середовищі.

Орієнтуючись на прогнози Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) до 2020 року кількість подорожуючих мала б зрости до 1,6 млрд чоловік за рік, тобто передбачалося збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 роком. За прогнозними розрахунками ВТО щодо розвитку в'їзного туризму в Україні, його чисельність повинна зрости була до 15,0 млн осіб в 2020 році.

Слід сказати, що природа туристичної індустрії зумовлює низький рівень надійності прогнозів різних подій у ній, бо все залежить від великої кількості факторів, значна частина

яких некерована. В 2020 році некерованим фактором, що суттєво і негативно вплинув на туризм в багатьох країнах є пандемія COVID-19 (вірусна інфекція).

Генеральний секретар ВТО Зураб Пололікашвілі констатував, що туризм – один із найбільш постраждалих через COVID-19 секторів економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей станом на середину березня 2020 року кількість робочих місць у галузі подорожей і туризму, що перебувають у зоні ризику через пандемію COVID-19, сягнула 75 мільйонів.

У Всесвітній туристичній організації прогнозують, що в цьому році кількість міжнародних туристів скоротиться на 20-30% у порівнянні з показниками 2019 року через пандемію коронавірусу. При цьому наголошується, що таке падіння буде коштувати галузі 5-7 років розвитку, світовий туризм може зазнати збитків розміром 22 мільярди доларів. В зв'язку з цим Всесвітня туристична організація, членом якої є Україна, закликала уряди країн підтримати малі та середні підприємства у туризмі, бо саме вони становлять 80% сектору.

Анна Романова, експерт з туризму, вважає, що для порятунку і так слабкої вітчизняної туристичної галузі, потрібно на державному рівні здійснити наступне:

- запровадити податкові канікули для закладів розміщення, внутрішніх перевезень та культурної індустрії, адже за час карантину є ризик втратити заклади розміщення, маленькі транспортні й туристичні компанії.

- оновити стандарти сервісу, зробити зручну та прозору систему категоризації готелів, створити електронний реєстр всіх суб'єктів туристичної діяльності, навести лад у забезпеченні прозорого фінансового покриття збитків туристів.

- оновити навчальні програми, додавши більше практики в українській сфері гостинності.

Закриті кордони та бажання людей подорожувати після карантину можуть зіграти на користь внутрішньому туризму. Фахівці прогнозують, що попри пандемію внутрішній туризм в Україні вдасться відновити ще цього року на 60-80%. Найбільш затребуваним буде відпочинок на природі – Карпати перш за все. А в липні-серпні – морські курорти. Перш за все відновиться індивідуальний автомобільний туризм.

Актуальним завданням для вітчизняного ринку гостинності залишається пошук стратегічних орієнтирів збільшення конкурентних переваг, які дозволять більш повно задовольняти потреби туристів, підвищити рівень сервісу і, як наслідок, сформувати необхідний рівень конкурентоспроможності галузі. Україна має шанс підтягнутися до туристичних лідерів, адже після пандемії COVID-19 багато країн «обнуляться».

#### **Список використаних джерел:**

1. Богданова С. В. Интернет как средство массовой коммуникации в сфере экономической деятельности / С. В. Богданова, А. В. Бабичева // Моделирование производственных процессов и развитие информационных систем: сб. науч. тр. – 2013. – С. 21–23.

2. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.

3. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» и специальностям сервиса 23.0000 / Р.Джон Уокер; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.

УДК 339.138

*Любачівська Христина*

*студент*

*Чеченюк Ірина*

*к.е.н., спеціаліст вищої категорії*

## МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сучасний стан розвитку ринкових відносин в Україні потребує від підприємств ресторанного бізнесу переорієнтації на засади маркетингу з метою підтримання конкурентоспроможності. Сучасний розвиток закладів громадського харчування базується на побудові такої системи обслуговування, яка необхідна для надання якісних послуг своїм клієнтам. В усьому світі готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому, досягаючи в «туристичних» зонах відмітки 100%[5].

Маркетингова діяльність закладів ресторанного господарства повинна забезпечити:

- надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаки і переваги споживачів, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування ресторану;
- формування такого асортименту, що більш повно задовольняє вимоги ринку, в порівнянні з конкурентами;
- необхідний вплив на споживача, попит, ринок, що забезпечить максимально можливі обсяги реалізації продукції закладу[5].

В процесі ведення ресторанного бізнесу важливо знати сучасні тенденції та тренди і вміло застосовувати ці знання на практиці. Все більше ресторанів при складанні меню роблять акцент на використанні натуральних продуктів. В якості партнерів можна розглядати, зокрема, членів Міжнародної Громадської Асоціації учасників біовиробництва «БЮЛан Україна». Це неприбуткова громадська організація, яка об'єднує зусилля гравців ринку органічного виробництва з метою сприяння його подальшого розвитку в Україні. Асоціація «БЮЛан Україна» діє для обміну інформацією з інноваційних технологій органічного виробництва, їхнього ефективного застосування. На сьогодні до складу Асоціації входять 143 члени, з яких 54 — фермери, які займаються органічним виробництвом. Стандарти «БЮЛан» пройшли успішну експертизу в Європі і успішно використовуються фермерами в Україні. Торговий знак БЮ Лану-гарантія того, що продукт не містить [ГМО](#), вирощений без застосування [пестицидів](#) та хімічних добрив[3].

Набуває популярності авторська кухня, що дозволяє творчо переробити страви будь-якої кухні світу і створити свій власний продукт, яким і зацікавити споживача. Це позитивно впливає на позиціонування підприємства на ринку ресторанних послуг[4].

Страви авторської кухні повинні відрізнятися від тих, що вже існують. В справжньому авторській кухні, кожна страва є унікальною, такою, якої більше ніде не можна спробувати. Якщо шеф-кухар придумав не декілька страв, а ціле меню ресторану, то кухню цього ресторану можна назвати авторською. Часто авторськими називають страви, яких просто немає ні у кого в місті, які були десь підглянуті. Або ж хороший шеф-кухар в процесі приготування звичайних ресторанних страв може придумати яесь особливе поєднання інгредієнтів, особливий спосіб приготування та подачі. Так і з'являється авторська кухня.

У Європі не можна зазнати слави знаменитого кухаря, не маючи власних авторських страв. Наприклад, привласнення мішленівських зірок можливе тільки для ресторанів з авторською кухнею[1].

Створення успішного меню – це одне з найбільш важливих завдань для будь-якого ресторану. У цій справі повинен бути дотриманий тонкий баланс між залученням і задоволенням клієнтів і необхідністю отримати дохід. В середньому люди витрачають 109 секунд на перегляд меню. Тому слід організувати перелік страв так, щоб жодна секунда не пройшла даремно - переконати відвідувачів спробувати певні страви (ті, що приносять найбільший прибуток). Люди з більшою ймовірністю замовляють те, що йде на початку списку (аж до 35% відвідувачів замовляють першу страву). Тому найбільш прибуткові



страви часто розміщуються у верхній частині меню. Видимість більш низьких по маржі позицій зменшується за рахунок того, що їх ставлять нижче або в кінці меню. Ще один факт - коротке меню має більше шансів переконати відвідувача вибрати дорогу страву. Додавання слів «мама», «бабуся» тощо до назв страв робить їх привабливішими. Ввинних картах часто розміщують вино, яке приносить найбільший прибуток, другим по дешевизні з розрахунку на відвідувачів, які не хочуть здатися жадібними, але бажають при цьому заощадити.

Популярності серед рестораторів набирає креативний маркетинг. Через те, що активно розвивається ринок надання готельно-ресторанних послуг і посилюється конкуренція, класичного маркетингу вже недостатньо. Креативний маркетинг охоплює творчий підхід до ведення бізнесу, тому несе в собі ризик. Але при правильному його використанні можна досягти стійкості на ринку, збільшення прибутку лояльності відвідувачів. Тому, розуміння основ креативного маркетингу є важливим для ефективного управління готельно-ресторанним підприємством. Прикладами креативного маркетингу є: використання ароматизатора (аромабрендування); концепція обслуговування «friendly»; кожний зал, меню, назва закладу та мова персоналу побудована на цінностях закладу; наявність засобів гігієни у туалеті; наявність паролу для входу у заклад тощо. Аромабрендування – це формування асоціативного зв'язку аромату з конкретним брендом чи організацією для ідентифікації продукції, а також підкреслення відмінності товарів або послуг від конкурентів. Ароматизатор повітря буджує апетит гостей, спонукає замовляти більшу кількість страв. Солодкі аромати стимулюють бажання наприкінці замовити десерт. Концепція обслуговування «friendly» допомагає зберегти теплі відносини у колективі. Такий підхід зумовлює те, що персонал, який обслуговує гостей, відчуває себе поважним та особливим, що спонукає їх працювати краще. Пароль при вході до ресторану виконує роль гри та підвищення лояльності гостей [2].

Кількість місць, швидкість виконання замовлень замовників та інші чинники часто обмежують потенціал прибутку закладу харчування. Тому варто розглянути джерела доходу для бізнесу шляхом надання додаткових продуктів та послуг:

- харчування поза межами приміщення – тераси, масові заходи тощо;
- запаковані обіди з собою, бутерброди тощо;
- служби доставки замовлень;
- вагончики швидкого харчування;
- продаж кулінарних виробів, в тому числі заморожених – піца тощо;
- проведення вечірок, зустрічей та спеціальних заходів, послуги кейтерингу;
- продаж тістечок, десертів, булочок та хліба.

#### Список використаних джерел:

1. Авторська кухня – що це? – Режим доступу: <https://lasoon.net/ukr/kyiv/mnenie-eksperta/avtorskaya-kuhnya-hto-eto>
2. Колонтаєвський О.П., Гиря М.В. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі / О.П. Колонтаєвський, М.В. Гиря // Комунальне господарство міст. – 2018. - № 6 (145). - С. 50-53.
3. Мода на екологічно чисті продукти вже в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zdolbunivcity.net/moda-na-ekolohichno-chysti-produkty-vzhe-v-ukrajini/>
4. Середницька Л.П., Маслюк Ю.В. Сучасний стан та перспективи розвитку маркетингової діяльності закладів ресторанного господарства / Л.П. Середницька, Ю.В. Маслюк // «Молодий вчений» - 2017. - № 10 (50). - С. 750-753.
5. Тимошенко З.І., Мунін Г.Б., Дишлевий В.П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – 246 с.

*Левицька Тамара*  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»



## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИННИХ ТУРІВ**

Досліджено особливості винних турів у Європі. Проаналізовано види турів та здійснення їх у різних частинах світу.

Актуальність зумовлена тим що туризм є найпопулярнішим видом відпочинку не лише в Україні, а й у цілому світі. Метою дослідження було проаналізувати особливості реалізації винних турів.

Туризм-багатогранне вище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має практично невичерпний потенціал для постійного зростання, характеризується високими темпами розвитку і не тільки приносить прибутки, а й має найменший негативний вплив на навколишнє середовище.

Винний туризм як багатогранний напрямок туристичного ринку вимагає науково обґрунтованих підходів до його класифікації.

З точки зору технології організації винних турів та залежно від мети подорожі тури можуть бути:

- 1) Культурно-пізнавальні;
- 2) Рекреаційно оздоровчі та лікувальні;
- 3) Винний сільський зелений туризм та агро туризм;
- 4) Винно-розважальні;
- 5) Освітні та науково-ділові.[1]

Таким чином, винний туризм – спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання та купівлю вина безпосередньо у виробника [2]. Він зародився в Європі на початку ХХ ст. з розвитком винних маршрутів у Німеччині та Франції. Основним туристично-винним регіоном у той період був Ельзас. Новий розвиток ця галузь отримала в 80-90-ті роки ХХ ст., коли європейці почали відчувати наслідки стрімкої урбанізації та ностальгію за традиційними галузями виробництва, а також споживанням натуральних продуктів харчування та проведення відпочинку в сільській місцевості.

Як свідчать офіційні дані, у 2012 р. на виноробні регіони Європи припадало приблизно 50 % від виробництва вина у світі (Франція – 18 %, Італія – 17 %, Іспанія – 14 %, Німеччина – 3 %)

Організація туристичних фестивалів та інших подібних подій є розширенням спектру послуг, які надаються в туризмі. Такі заходи приваблюють більше туристів та є засобом впровадження цілорічних туристичних сезонів. У Європі багато років підряд проводиться велика кількість винних фестивалів та свят. Найвідомішими з них є: винний фестиваль Борд – «Bordeauxfetelevin», Мозельський винний фестиваль – «Moselweinfeste», винний фестиваль у Штуттґарті – «StuttgartWineVillage», Токайський винний фестиваль – «TokajiBorokFesztivalja», Свято збирання врожаю в Ріосі – «RiojaHarvestFestival», винний фестиваль Мадейри – «MadeiraWineFestival», БожолеНуво – «BeaujolaisNouveau, SantineAperte» – День відкритих винних льохів в Італії, «Фестиваль врожаю» в Нойштадт (Пфальц, Німеччина) – «NeustadtGrapeHarvestFestival», Празький тиждень вина – «PragueWineWeek» та ін.. [2]. Особливістю свят вина та фестивалів є те, що кожен винний регіон чи провінція організують власні події, тому їх у кожній країні є досить багато. Наприклад, тільки в одній Закарпатській області України нараховується близько десяти фестивалів присвячених вину («Червоного вина», «Білого вина», «Французьке Божоле» та ін.) [3].

Програма винного туру може включати в себе різні елементи. Найчастіше до неї входить пізнавальна екскурсія та відвідування винограднику, похід на виноробний концерт, а також участь у тематичних культурні події, наприклад, у святі виноробства.

Зазвичай винний тур триває не більше, ніж тиждень, але зустрічаються поїздки, складають усього лише два-три дні. Вони можуть бути приурочені до винного торжества. Також туристичні агентства пропонують замовлення індивідуального винного туру, метою

якого є професійне ознайомлення. Провідні туристично-екскурсійні фірми світу пропонують відвідування дегустаційних залів, екскурсії на виноробні підприємства з дегустацією вин, а також відвідування винних фестивалів і навіть спеціальні багатоденні програми - винні тури з відвідуванням декількох підприємств.

*Формування основного і додаткового комплексу послуг*

Туристичний продукт охоплює три основних види можливого пропозиції підприємства на ринок:

- Тур;
- Туристсько-екскурсійні послуги різних видів, що надаються туристичними підприємствами;
- Товари - включають специфічну частину туристського продукту (карти, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження тощо).

Основним турпродуктом в практичній діяльності туристських фірм є тур, тобто поїздка (подорож) за встановленим маршрутом у конкретні терміни з гарантованим комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо) [4]

Отже, сучасний винний туризм передбачає досить широким спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників, дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Тому в усіх виноробних регіонах світу зараз намітилися тенденції щодо посилення та активізації подальшого розвитку винного туризму завдяки поширенню рекламної продукції місцевих виробників вина, залучаючи у цей процес усі наявні ресурси території – відвідування історичних пам'яток та виноробних заводів, розширення інфраструктури обслуговування туристів і запровадження спрощеної системи надання туристичних віз та організації ярмарок і виставок із продажу вина. За оцінками фахівців, найбільш відомими винними центрами на сьогодні в Європі є Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Греція, Угорщина та Румунія, а також країни колишньої Югославії, включаючи Україну (Автономна Республіка Крим, Закарпатська, Одеська, Миколаївська та Херсонська області), де винний туризм відіграє важливу роль у популяризації місцевої продукції виноробства. Середня вартість винного туру до Європи складає від 650 євро, а по Україні – від 90 євро [5].

#### **Список використаних джерел:**

1. Винний туризм: підручник для студентів вищих навчальних закладів/Іванов В.О., Басюк Д.І. та ін.-Кам'янець-Подільський:ФОП Сисин О.В.,2012-472с.
2. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). / Т. І. Божук, Л. А. Прокопчук // Туристична індустрія : сучасний стан і перспективи розвитку : Міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 квітня 2011 р. – Луганськ, 2011. – Том 2. – № 6. – С. 171–177.
3. Воронін І.М., Бурова О.В., Лук'яненко Е.А, та ін.Турбізнес для початківців. - Сімферополь, 2005. - 208 с.
4. WorldTourismOrganization [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.wto.org>.

**Ткач Наталія**  
викладач першої категорії,  
завідувач навчально-виробничої практики  
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,

## ЗАСТОСУВАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Подібно до спортсмена, який повинен постійно покращувати свої показники, щоб залишатися на п'єдесталі, кожний бізнес, зокрема діяльність закладу ресторанного господарства, щоб зберегти конкурентоспроможність, повинен постійно вдосконалювати свої характеристики. У сьогоденних умовах глобальної конкуренції, що дедалі посилюється, навіть ринковий лідер не може собі дозволити "спочивати на лаврах" [1]. Спостерігається розширення мережі закладів ресторанного господарства і, щоб успішно функціонувати у цій галузі потрібно запропонувати відвідувачам не лише якісне обслуговування, високий рівень організації виробництва, надання додаткових послуг, але мати своєрідну "родзинку". Одним із найефективніших інструментів, що дає можливість підприємству постійно нарощувати продуктивність, покращувати якість своєї роботи, бути попереду конкурентів, є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг використовується як важіль, здатний зламати закостенілу структуру організації, стиль ведення бізнесу, орієнтуючись, зокрема, на кращі результати інших підприємств.

У центрі уваги бенчмаркінгу — запитання: чому інші працюють успішніше, ніж ми? Його основний зміст та мета полягає в ідентифікації відмінностей з порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу. Цими об'єктами можуть бути: методи, процеси, технології, якісні параметри продукції, показники фінансово-господарської діяльності підприємств (структурних підрозділів). Досліджуючи виробничі процеси, методи чи технології виробництва і збуту продукції, головну увагу приділяють пошуку резервів зниження витрат виробництва та підвищенню конкурентоспроможності продукції. За допомогою цього інструменту контролінгу можна визначити цільові параметри діяльності підприємства, яких слід додержуватися, щоб забезпечити його стабільну конкурентоспроможність.

Здебільшого розрізняють три види бенчмаркінгу [2]:

1. Внутрішній бенчмаркінг, який зводиться до аналізу та порівняння показників діяльності різних структурних підрозділів одного й того самого підприємства. Це ефективний метод внутрішнього контролю та створення командного духу в колективі, злагодженої роботи виробничої, обслуговуючої та адміністративної ланки.

2. Бенчмаркінг, зорієнтований на конкурентів (зовнішній), — сконцентрований на порівняльному аналізі якості продукції, послуг, продуктивності виробничих процесів та інших параметрів досліджуваного підприємства з аналогічними характеристиками підприємств-конкурентів. Вважається, що найкращим аналогом для порівняння є «ринковий лідер». Ідентифікація факторів, які зумовлюють відставання досліджуваного підприємства від лідера, дає можливість розробити рекомендації щодо скорочення відставання.

3. Функціональний бенчмаркінг, за якого аналізуються окремі процеси, функції, методи й технології порівняно з іншими підприємствами, які не є конкурентами розглядуваного. Заклади, що застосовують схожі методи, прийоми чи технології і не є конкурентами, охоче йдуть на взаємний обмін первинною інформацією та зацікавлені в реалізації спільних проектів, спрямованих на вдосконалення тих чи інших операцій, що порівнюються.

Для проведення успішного бенчмаркінгу виділяють три фази його реалізації [3]:

1. *Підготовча.* На цій стадії здійснюють вибір об'єкта бенчмаркінгу та порівняльних аналогів; визначають оцінні показники (наприклад, собівартість продукції, затрати часу на її приготування, відповідність персоналу, локація закладу, контингент відвідувачів); збирають необхідну для аналізу інформацію. Причому, порівняльних аналогів має бути якомога менше, адже зі зростанням їх кількості — витрати на бенчмаркінг підвищуються, а результати стають дедалі поверховими.

2. *Аналіз.* В процесі аналітичної фази бенчмаркінгу на основі порівняння з підприємством-партнером виявляються недоліки (слабкі місця) в об'єктах бенчмаркінгу та ідентифікуються причини їх виникнення. Критерієм оцінки процесів, функцій, методів чи виробничих процесів є показники їх продуктивності.

3. *Впровадження.* На цій стадії проводиться робота з реалізації результатів аналізу в практичній діяльності підприємства. Основний акцент тут робиться на розробку стратегії і тактики нейтралізації виявлених у процесі бенчмаркінгу слабких місць на підприємстві.

Враховуючи те, що ринок надання послуг харчування та проведення дозвілля є системою, яка постійно та динамічно розвивається, і з метою забезпечення стабільної конкурентоспроможності суб'єкти господарювання повинні проводити перманентний бенчмаркінг з тим, щоб на цій основі забезпечити виявлення та впровадження інновацій і раціоналізаторства.

Проаналізувавши суть методу бенчмаркінгу можна вказати на його переваги - це оптимізація робочих процесів, створення нового стратегічного плану розвитку підприємства та багато іншого. Однак, ця дієва техніка має недоліки, які слід враховувати [4]:

- Пошук компанії-партнера – це важкий процес, котрий вимагає ресурсів.
- Бенчмаркінг стимулює зміни всередині підприємства, що може викликати негатив з боку співробітників.
- Немає єдиних правил та стратегій проведення бенчмаркінгу. Те, що реалізовується в одному підприємстві, важко або неможливо застосувати в іншому.
- Процес дослідження займає довгий час. Він не підійде тим, хто шукає миттєвих рішень.
- Часто зібрана інформація виявляється цінною, але через відмінності всередині підприємства та зовнішніх факторів, її важко застосувати.
- Під час збору інформації можна отримати некоректні дані. Результат – хибний напрямок у створення нової стратегії.

Отже, враховуючи сучасні вимоги до введення бізнесу варто застосовувати методи бенчмаркінгу, щоб удосконалити поточні виробничі процеси, проаналізувати діяльність ЗРГ в цілому, визначити шляхи підвищення якісних показників, залучення нового контингенту відвідувачів, опираючись на досвід провідних підприємств даної сфери.

#### **Список використаних джерел:**

1. <http://www.management.com.ua/ct/ct003.html>
2. <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
3. <https://buklib.net/books/28421/>
4. <https://www.interkassa.com/ua/blog/chto-takoe-benchmarking-i-kak-ego-primenyat-dlya-internet-magazina/>

*Панчук Богдана*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Мучинська Ольга*  
*викладач спец дисциплін*

#### **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ- ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Інноваційність є основною характеристикою сучасної економіки. У наш динамічний час торжества науково-технічного прогресу інновації в готельному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі готелів за кожного клієнта. Застосування новітніх технологій готельного бізнесу дозволяють готельерам підвищити ефективність

свого господарства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування, ефективної охорони номерів і майна гостей, надання нових послуг.

Світова індустрія гостинності протягом останніх років впевнено утримує пальму першості за популярністю як у великих інвесторів, так і у дрібних і навіть підприємців-початківців. Адже головна особливість готельного бізнесу полягає в тому, що зростання його не припиняється навіть під час глобальної економічної кризи. Як би не йшли справи в економіці, а середній клас в усьому світі не відмовляє собі в подорожах під час літніх і різдвяних канікул. До того ж, завдяки глобалізації економіки, розвиваються і міцніють економічні зв'язки між країнами, галузями і компаніями. Ці основні тренди і визначають перспективи готельного бізнесу, як розвиток існуючого готельного господарства та освоєння його нових сегментів.

Для підприємств готельно-ресторанного бізнесу важливим є надання послуг максимально високої якості. Готель - це живий організм, що функціонує цілодобово, і якість його роботи безпосередньо пов'язана з тим, наскільки грамотно організована робота з надання основних та супутніх послуг. Сьогодні стає все складніше залучити клієнта зручними апартаментами з міні-кухнею і красивим видом з вікон, оскільки такий набір послуг, як супутникове телебачення, безкоштовний бездротовий Інтернет Wi-Fi, спа-салон, масажний кабінет і басейн став звичним і майже обов'язковим. Потенційний гість готелю - це людина, яка вже не вміє жити без мобільного телефону та Інтернету, а інформаційні технології дозволяють їй, не виходячи з дому, вивчити інформацію про готелі на сайтах, забронювати номер on-line, а потім замовити залізничний або авіаквиток і вирушити у подорож.

Якщо раніше готельна сфера була орієнтована переважно на туристів, які «диктували» готелям умови роботи, то сьогодні ставка часто 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, зали для прес-конференцій, допомогу в організації переговорів з клієнтами та партнерами. Для цих цілей створюються не тільки конференц-зали, але і лобі-бари і просто вестибюлі, де може бути організована кава-брейк. При цьому «ділові» готелі ще й вибирають особливе розташування, зручне з точки зору транспортних розв'язок.

Інші тенденції готельного бізнесу враховують прагнення все більшої кількості гостей вести здоровий спосіб життя. Саме тому багато готелів роблять ставку на відкриття фітнес-центрів, спа-салонів і навіть басейнів. Більше того, в багатьох з них відкриваються додаткові ресторани (або створюється додаткове меню) з дієтичними стравами. Також широко поширене відкриття ресторанів з якою-небудь національною кухнею. До речі, національне питання у сфері готельно-ресторанного бізнесу дуже важливе і сучасні готельєри, розміщуючи гостей, намагаються враховувати його. Наприклад, залежно від уподобань тієї чи іншої нації пропонуються номери з певним температурним режимом, особливим меблюванням, наявністю тих чи інших предметів, відповідних культурі гостя.

Найяскравіша тенденція на сучасному ринку гостинності - поява бутик-готелів. Це особливі готелі зі ставкою на ексклюзивність, які мають безліч дивовижних особливостей - наприклад, кімнати мають не номери, а назви, меблі групуються за кольорами, в номерах є власний обслуговуючий персонал, що працює тільки для конкретних гостей і т. ін.

У світі головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. У цьому випадку тільки поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище, однак дрібним готелям часто доводиться виживати і працювати собі у збиток.

Ще одна проблема - непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу припускають окупність вкладень за 5-6 років, проте на ділі може виявитися, що невеликий готель просто не зможе впоратися за цей термін. Все тому,

що ризики прораховуються не до кінця, власники бізнесу не завжди можуть відразу вгадати вірний напрямок роботи, а клієнти з яких-небудь причин вибирають конкурентів.

Вітчизняні готелі, як правило, намагаються розвиватися відповідно до світових тенденцій, однак у них є власні особливості. Серед них: активне освоєння ринку західними мережами, які переважно «захоплюють» висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям; відсутність чіткої «зірковості» готелів - незважаючи на ту чи іншу кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю. В цілому, готельна сфера в Україні розвивається повільно і це обумовлено тим, що основну ставку інвестори роблять на будівництво торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Готелі ж відкладаються на потім, оскільки терміни їх окупності вище. Однак, ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона як і раніше буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат.

Разом з тим існуюча інфраструктура галузі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу [2, с. 227]. Подальший розвиток готельно-ресторанного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг.

Дослідження тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу показує, що компанії, які зробили інновації частиною свого життя, створюють нові або заново відкривають старі ринки, продукти, послуги й моделі бізнесу, що, у свою чергу, веде до ще більш швидкого росту. Особливих успіхів готельне і ресторанне господарство досягло за останні 30 років за рахунок впровадження ефективних систем управління з використанням інновацій [3, с.332].

Сучасні інновації коштують недешево, проте власники готелів все одно витрачаються на них, тому що тільки так можна забезпечити власне виживання на ринку. І однією з найпопулярніших нині розробок є електронне управління готелем - для готелю під замовлення створюється спеціалізована система, до якої підключаються всі співробітники. За допомогою веб-ресурсу вони можуть отримувати всю необхідну інформацію про готель в будь-який момент; в режимі on-line бачити усі зміни що у ньому відбуваються; бронювати номери для гостей; отримати доступ до максимально широкого комплексу каналів продажів.

Прагнучи запропонувати клієнтам ексклюзивний сервіс, багато готелів замовляють розробку особливих систем роботи, які суттєво розширюють функції готелю. Серед них, наприклад, можна виділити наступні:

- *Система автоматизації праці працівників відділу продажів.* Дозволяє управляти цією сферою, планувати зустрічі з партнерами та клієнтами, вести календар і розклад роботи менеджерів, а також полегшує виконання різних завдань.
- *Система роботи з клієнтами.* Це нові технології в готельному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей в готелі і видають повну аналітику по кожному з них. Ця система дозволяє побачити, які посередники і турагентства краще за всіх забезпечують «доставку» клієнтів до готелю, а також допомагає прорахувати статистику клієнтів за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю тощо.
- *Система управління програмами лояльності для клієнтів.* Дозволяє готелю розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати та ін.
- *Система управління заходами готелю.* За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю - її конференц-залів, ресторанів, банкетних залів. Також ці інновації в готельному бізнесі дозволяють створювати оптимальні графіки заходів, забезпечуючи повне завантаження готелю і даючи йому додаткові можливості для заробітку.

Крім електронного управління, сучасні готелі також потребують впровадження нововведень в ресторанній сфері. Це не тільки саме управління рестораном - коли він перетворюється фактично в окрему «державу» на території готелю. Це ще й безліч зручностей для клієнтів:

- *інтерактивне меню* - відвідувачі користуються екраном, вбудованим в стіл, вибираючи з його допомогою страви і кличучи офіціантів;
- *екрани-планишети на столах* - поки замовлення готується, відвідувач може почитати свіжі новини, дізнатися про ресторан побільше, замовити таксі тощо;
- *сенсорні дисплеї*, встановлені в холі готелю - актуальні для великих готелів з декількома ресторанами. Skorиставшись ними, гості можуть побачити меню всіх точок харчування в готелі, вибрати кращу з них і заздалегідь прорахувати свій середній чек.

Автоматизація ресторану і кафе - це шлях до успіху. Встановивши подібну програму, власники практично відразу відзначають позитивну динаміку в роботі закладу. Персоналу стає легше працювати, скорочується час на облік продуктів і калькуляцію блюд. Зловживання співробітників припиняються.

І, звичайно ж, інновації в ресторанній сфері стосуються не тільки інформаційних технологій. Готелі широко використовують практику «відкритих кухонь», коли страви готуються прямо на очах у клієнтів. Такі кухні відмінно вписуються в сучасні інтер'єри, не доставляють гостям будь-яких незручностей (поширення запахів, жар від плити, бруд в залі тощо) і стають відмінним засобом реклами для готелю, який йде в ногу з часом.

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. Цілком очевидно, що введення інноваційних технологій стало невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства, а також сприяє поліпшенню якості обслуговування.

Готельна індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день в готельній індустрії використовується досить багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін. Найбільший вплив сучасні інформаційні технології мають на просування готельного продукту. Так, в області реклами широкого поширення набула пряма розсилка готельної інформації електронною поштою - *directmail*, що дає можливість блискавично зв'язатися з компаніями. В останні роки готельні підприємства створили свої власні сайти в Інтернеті. Висока надійність і зручність комп'ютерних систем резервування CRS (*ComputerReservationSystem*) сприяли їх швидкому і широкому поширенню. Це дозволило прискорити процес резервування, здійснювати його в режимі реального часу і тим самим підвищити якість надаваних послуг за рахунок скорочення часу обслуговування гостей.

У розвинутих країнах спостерігається поширення і розвиток електронної комерції. У сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу це дає можливість будь-якому власникові кредитної картки придбати тур, забронювати місця в готелі, на літак, придбати квитки на культурно-видовищні заходи, замовити напрокат автомобіль в будь-якому місті земної кулі. Переваги електронної комерції для готелів очевидні - це економія на виплаті агентських комісійних, зменшення витрат на видання рекламно-інформаційних матеріалів, створення нетрадиційних збутових каналів та ін. За оцінками експертів Всесвітньої туристської організації близько 25-40% всіх продажів туристичних послуг в найближчому майбутньому буде реалізовано через електронну комерцію.

Одним з основних напрямків інноваційних технологій в готельному бізнесі є впровадження мультимедійних технологій, зокрема довідників, буклетів, каталогів. Сьогодні готелі розміщують електронні довідники і каталоги в мережі Інтернет. Електронні

каталоги готелю дозволяють віртуально подорожувати номерами різних категорій, залами ресторанів, конгрес-центрів, вестибюлю, подивитися повну інформацію про готельне підприємство, ознайомитися зі спектром послуг, що надаються, системою пільг і знижок. Використання мультимедійних технологій дає можливість оперативно надавати потенційному гостю інформацію про готель і, тим самим, дозволяє швидко і безпомилково вибрати той готельний продукт, якого потребує гість.

У сучасному світі, при плануванні і побудові готельно-ресторанних комплексів основну увагу приділяють збереженню часу, грошей та енергії. Для збереження енергії створюють екологічні інноваційні технології. Готелем з такими технологіями можна рахувати InnovationHotel - інноваційний еко-готель, що належить до ІНГ, включає сонячні панелі на даху для нагріву води, вітряні генератори для вироблення електроенергії, шибки з вторсировини, меблі повністю зроблено з перероблених матеріалів. В обробці використовуються нетоксичні фарби. Відпрацьоване масло з кухні використовуватиметься як біопаливо.

Винахід QR-коду - двомірного штрих-коду - відкрив нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації готельно-ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Аббревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вівісками. Сканувати його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука.

QR-код, розміщений на врученому клієнту рахунку, - це дивовижний рекламний хід. У яскравому квадратику можна закодувати історію готелю (ресторану), походження, вік, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин. Відвідувачі із задоволенням вивчать меню закладу з докладною інформацією по кожній страві: склад і походження інгредієнтів, етапах і способах обробки, поживності й калорійності. Завдяки розміщеній в QR-коді інформації про час роботи закладу і контакти, обов'язково збільшиться кількість замовлень в офісі і додому. За допомогою QR-коду ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, лотереї, розіграші, активізувати програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Відвідувач, відсканувавши QR-код ресторану і ввівши в календар свого телефону інформацію про цікаві події або призначені зустрічі, вже ніколи про них не забуде.

Необхідність впровадження інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу стимулює конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів. Впровадження і дифузія інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства. Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства.

**Висновки.** В умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств 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 до інновацій та нововведень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса. URL: <http://prohotelia.com/>
2. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення



конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. №16. с. 224-228.

3. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О.В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип.1(2). С.331-338.

*Матеха Юлія*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,  
м.Тернопіль*

*Науковий керівник: **Стець Ольга**  
майстер виробничого навчання*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ – ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Потреби людей у харчуванні є особливо нагальними і життєво необхідними. З розвитком суспільства задоволення зростаючих потреб тільки особистою працею, на основі домашнього господарства, стає неможливим. Таким чином виділилася сфера діяльності, основним завданням якої є організація харчування людей за межами своєї оселі (за місцем роботи, навчання, відпочинку, під час подорожі тощо).

За загальним визначенням ресторанний бізнес – це економічна діяльність, метою якої є одержання прибутку шляхом створення усіх необхідних умов для задоволення потреб клієнтів у комфортному і якісному прийманні їжі

В умовах переходу до ринкової економіки ресторанний бізнес перебуває на складному етапі в результаті здійснення в Україні економічних реформ, не завжди послідовних та ефективних. Однак, саме у цій сфері підприємницької діяльності, раніше від інших сфер господарювання повинні реалізуватися елементи ринкового механізму: конкуренція, боротьба за споживача, розширення асортименту, продукції і видів послуг.

Характерною рисою сучасного суспільства є активне застосування в економіці та перспективне домінування інформаційно-комунікаційних технологій. Завдяки цим технологіям, зокрема їх Internet-компонентам, значна кількість компаній, у тому числі в сфері ресторанного бізнесу набувають суттєвих конкурентних переваг і отримують можливість ефективного виходу на національні та глобальні ринки.

Метою цієї статті є аналіз основних форм застосування Інтернет-технологій на підприємствах сфери ресторанного бізнесу та дослідження досвіду їх запровадження у вітчизняній та закордонній практиці.

Закон Парето, відповідно до специфіки його застосування його у ресторанному бізнесі, вказує, що лише 20% відвідувачів здатні забезпечити власникам закладу 80% прибутку. При цьому щоб утримати постійних відвідувачів і привабити нових в умовах жорсткої конкуренції якісної смачної їжі та стильного інтер'єру вже недостатньо. У цьому випадку отримання додаткових конкурентних переваг ефективно забезпечує впровадження інноваційних Інтернет-технологій.

На сьогоднішній день найбільш популярною технологією такого типу є застосування у ресторанних закладах безкоштовного Wi-Fi. Це дозволяє відвідувачам в очікуванні замовлення працювати, переглядати новини, спілкуватися з бізнес-партнерами чи друзями.

Однією з головних переваг будь-якої Wi-Fi-мережі є можливість доступу до Інтернету для всіх її користувачів, яка забезпечується або прямим підключенням точки доступу до Інтернет-каналу, або підключенням до неї будь-якого сервера, під'єданого до Інтернет. В обох випадках мобільному користувачеві не потрібно нічого самостійно налаштувати – досить запустити браузер і набрати адресу будь-якого Інтернет-сайту.

Суттєво зекономити час на пошуку місця для відпочинку чи проведення певного заходу дозволяє онлайн-бронювання. Для того, щоб забронювати столик, потрібно зайти на

відповідний сайт і вибрати необхідні параметри – населений пункт, ресторан, бажаний час відвідування, кількість персон. Обрати заклад та конкретне місце можна за різними критеріями.

У тому разі, коли столик успішно заброньований, клієнтові на мобільний телефон надійде відповідне повідомлення. Крім того, відвідувачі сайту інформуються про різноманітні новини й акції закладів.

Такий сервіс дозволяє отримувати переваги не лише відвідувачам ресторанних закладів, але й для їх власників. Так, програмне забезпечення для підключення закладу можна отримати безкоштовно. Воно встановлюється на будь-який стаціонарний комп'ютер, ноутбук чи планшет з мінімальним розміром дисплею 7". При цьому оплачуються лише ті замовлення, які були здійснені клієнтами за допомогою відповідної системи.

Програма також дає змогу вести статистику заповнення закладу за певний період, а вище згадуване інформування про новини й акції сприяє інтенсифікації потоків відвідувачів.

Онлайн-бронювання застосовує і відомий американський сервіс Groupon – американський сервіс колективних знижок, який охоплює 41,7 млн. користувачів у 48 країнах. Тепер користувачі мережі Groupon можуть зарезервувати столик зі знижкою в 40% у більш ніж 500 закладах у 10-ти містах США, включаючи Нью-Йорк, Бостон, Лос-Анджелес, Сан-Франциско. Послуга входить до розділу GrouponReserve, який займається просуванням товарів і послуг преміум-класу.

Оригінальним маркетинговим ходом, який дозволяє переконатися у тому, що заклад дотримується стандартів виготовлення страв, забезпечує їх високу якість, а також оперативню дослідити враження споживачів і бізнес-партнерів є запровадження режиму так званої відкритої кухні. При цьому відвідувачі мають змогу бачити через спеціальне вікно, як працюють кухарі. Подальшим етапом розвитку такої інновації є встановлення на кухні IP-камер, які дозволяють спостерігати за роботою закладу в режимі реального часу через мережу Інтернет.

Різновидом режиму відкритої кухні є теппан-шоу. Теппан-шоу – це демонстрація віртуозного приготування кухарем на очах відвідувачів певної страви, зазвичай східної, на спеціальній металевій поверхні-столі (теппані) без посуду шляхом швидкого обсмажування (часто із застосуванням відкритого вогню).

Такий процес дозволяє активно застосовувати інформаційні технології, особливо тоді, коли для приготування страви застосовують екзотичні компоненти, які можуть бути незвичними або іноді й неприємними для споглядання окремими відвідувачами (м'ясо або кров змії, риба фугу, молюски тощо). При цьому на робочому місці кухаря розташовують камеру (або кілька камер), а на моніторі за столиком за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, яким це цікаво. Як варіант відеомате-ріали теппан-шоу можуть розміщуватися на сайті закладу, в соціальних мережах або на сайтах спеціальних Інтернет-служб (зокрема YouTube), як додатковий інструмент зацікавлення потенційних відвідувачів, що можуть залишати власні коментарі.

Значний інноваційним потенціалом характеризується така технологія як інтерактивне електронне меню. Цей сервіс може застосовуватися як відвідувачами, так і офіціантами. У першому випадку відвідувач замість звичного меню користується iPad-ом, за допомогою якого він може підібрати з карти вин закладу за ціною, регіоном виробництва, букетом, а потім до нього – страву з меню. Також існує можливість підрахувати калорійність певних страв, а при виборі страв – відразу побачити остаточний чек замовлення. Під час очікування на замовлення можна ввійти в мережу Інтернет, переглянути новини, пограти в ігри.

У тому разі, коли інформаційними технологіями користується офіціант, застосовується спеціальне програмне забезпечення. У вітчизняній практиці з цією метою застосовується система R-keeper, яка здійснює повний цикл розрахунково-облікових операцій, від оформлення надходження продуктів на склад до видачі фірмового чека клієнтові. Вона складається з набору програмних модулів, склад яких визначається конфігурацією конкретної системи: "Менеджер" (обов'язковий компонент системи), "Каса",

"Бар", "Термінал офіціанта". Касові термінали можуть експлуатуватися як інтегровано (при наявності зв'язку з касовим апаратом), так і автономно. Основні функції системи полягають в наступному

- автоматизація процесу вводу і зберігання замовлення;
- автоматична передача змін в меню з комп'ютера менеджера в зал в режимі on-line;
- автоматична передача замовлення на кухню та на бар по мережі;
- контроль руху товарів;
- можливе використання сканера штрих-кодів.

Практично необмежені можливості для онлайн-взаємодії бізнес-структур (у тому числі ресторанних закладів) і споживачів відкриває застосування QR-кодування.

QR (quickresponse)-код – це двовимірний штрих-код, який несе в собі інформацію, що може зчитуватися за допомогою телефону з вбудованою камерою. Завдяки легкому розпізнаванню користувач може миттєво занести в свій телефон текстову інформацію, додавати контакти в адресну книгу, переходити за Web-посиланнями, відправляти sms-повідомлення тощо. Для зчитування QR-кодів існують такі безкоштовні та вільні для завантаження з мережі Інтернет програми, як I-NIGMA, KaywaReader, QuickMark, iMatrix, Neo-Reader. Швидкість розпізнавання коду дуже висока, їх можна розміщувати на будь-яких носіях (починаючи від чеків і меню і закінчуючи різноманітними вивісками).

Заклади ресторанного бізнесу застосовують QR-коди для приваблення відвідувачів. На вході до ресторану розміщують рекламний плакат або меню з нанесеним кодом. Зчитавши код, користувач може зайти на сайт ресторану, переглянути меню або отримати посилання на сайт, де можна ознайомитися з відгуками про цей заклад. Також в код можна закласти інформацію про історію ресторану, походження та авторство деталей інтер'єру, деталі меню (склад і походження інгредієнтів, етапи і способи їх обробки, поживність і калорійність), час роботи закладу, повідомлення про акції чи лотереї.

QR-коди дають змогу активізувати різноманітні програми лояльності, організувати голосування, інтерактивні опитування і максимально швидко отримувати інформацію відгуки відвідувачів про відповідний заклад. Також адміністрація закладу може розсилати sms-повідомлення з кодом, який надає право на знижку на певну страву чи послугу.

Висновки. Найпродуктивнішим та найшвидшим каналом передачі інформації у світі є глобальна мережа Інтернет, що дає змогу ефективно використовувати її для впровадження інновацій у ресторанному бізнесі. Специфіка роботи Інтернету дозволяє кардинально змінювати способи і методи взаємодії між суб'єктами бізнесу, підвищувати рівень якості обслуговування споживачів, зміцнювати конкурентні позиції господарюючих суб'єктів, одержувати максимально повну і об'єктивну інформацію для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціальної та економічної діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Антонова В.А. Якість і маркетингова стратегія ресторанного бізнесу / В.А. Антонова // Торгівля і ринок України. Донецьк, 2008. Вип.25, т.2. С.9-15.
2. Groupon открывает сервис бронирования ресторанов – [Електронний ресурс]. Реж. доступу: <http://www.hopesandfears.com/hopesandfears/news/news/121111-groupon>.
3. Инновации в ресторанном бизнесе – [Електронний ресурс]. Реж. доступу: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/innovacii-restoran.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/innovacii-restoran.htm).
4. Литвиненко Т.Є. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т.Є. Литвиненко // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. К., 2003. С.123-127.
5. Оліфіров О.В. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного господарства в умовах розвитку Інтернет-технологій / О.В. Оліфіров, К.О. Маковейчук – [Електронний ресурс]. Реж. доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Tiru/2010\\_30\\_1/Olifirov.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Olifirov.pdf).

УДК 338.48  
*Андрушків Б. М.*

## **ОКРЕСЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ**

Інтеграція України у світовий економічний простір потребує значних змін у системі пріоритетів політики держави щодо розвитку прибуткових галузей економіки, однією з яких є готельно-ресторанний бізнес. У сучасному цивілізованому, стрімкому та динамічному світі неможливо уявити людину без відпочинку. Збільшення тривалості вільного часу, поліпшення оплати праці, бурхливий ритм життя сприяють тому, що люди намагаються урізноманітнювати своє дозвілля, пізнавати нове, саморозвиватися та самовдосконалюватися, і готельно-ресторанна сфера для цього є одним із важливих способів досягнення. Готельно-ресторанний бізнес є головною складовою туристичної інфраструктури та індустрії гостинності та в усьому світі є однією з найпривабливіших для інвесторів та найприбутковіших напрямків діяльності. Однак розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні характеризується невисокою ефективністю. Аналізуючи тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства України, можна відзначити, що конкурентоспроможність вітчизняних підприємств є невисокою. Основними перешкодами успішного розвитку готельно-ресторанного бізнесу є: політичні чинники, недостатність платоспроможного попиту на послуги, невідповідність міжнародним стандартам, значна регіональна диференціація розміщення закладів, невисока якість наданих послуг, недостатня розвиненість ресторанів з українською регіональною кухнею, використання застарілих технологій та обладнання, порушення вимог до дотримання технології процесів виробництва страв, неефективна підготовка фахівців сфери та недостатня кваліфікація персоналу, недосконале ціноутворення, незадовільний рівень комунікації, невідповідність екологічним та санітарним нормам, побудова закладів без врахування розвитку інфраструктури та транспортної мережі. Значною залишається частка на ринку готельних та ресторанних послуг тіньового сектору за умов недостатності інвестицій у галузі, відсутності проведення різного роду маркетингових акцій та диференційованого підходу до задоволення потреб різних категорій споживачів готельно-ресторанних послуг.

Наявність зазначених проблем вимагає удосконалення управлінських механізмів діяльності цих суб'єктів до потреб ринку цих послуг серед вітчизняних та іноземних споживачів та підвищення результативності суб'єктів господарювання як самостійних господарських одиниць. Інновації, які пропонуються і існують сьогодні, стосуються архітектури та дизайну готелів, діяльності всіх служб, навчання персоналу для роботи з гостями. До них відносять можливість безперешкодно потрапити у готель (широкі двері, пандуси, ліфти необхідних розмірів). Система бронювання повинна бути розроблена таким чином, щоб в 1 клік споживач зміг знайти всю інформацію про номери та необхідні зручності в них. Якщо можливо, включити опцію для безпосереднього бронювання доступної кімнати, також виділив функції і того, кому ця кімната підійде. У свою чергу, це заощадить час гостей і працівників, і гостю не потрібно буде телефонувати у готель. Доступні кімнати повинні бути на перших поверхах, але має бути і вибір варіантів на інших поверхах. Дизайн номера теж має велике значення. Спальня повинна бути повністю доступною, поручні у ванній кімнаті, телефони з великогабаритними кнопками, навіть варіант з вібруючими подушками для людей з порушеннями слуху, щоб попередити їх про будьякі проблеми. Важлива висота ліжок, оскільки деякі гості повинні будуть пересісти на ліжко прямо зі свого крісла-каталки, і те ж саме стосується інших девайсів. Усе в кімнаті повинно бути на розумній висоті, щоб всі мали доступ до будьчого. Ванна кімната мусить бути обладнана спеціальним дзеркалом та раковиною, а насадка у душі розміщена на зручному рівні. Окрім звичних об'єктів, у таких номерах встановлюються кнопки для екстреного виклику працівників готелю. По мірі вдосконалення технологій зростає і кількість сенсорних екранів. Проте, сенсорні екрани можуть виявитися проблемою для

багатьох, тому краще використовувати прилади з великими кнопками та чіткими інструкціями. Персонал готелю повинен вміти надавати допомогу споживачам. Важливо розуміти, що не всі кімнати будуть ідеальними, і гості можуть мати конкретні вимоги щодо типів подушок та особистих запитів. Тому персонал повинен бути обізнаним у визначенні кращих кімнат та легкого доступу до всього в них.

Ресторани, які розвиваються в Україні упродовж останніх років, можна поділити на наступні підгрупи: тематичні; спеціалізовані; національні; без чіткого спрямування. На сучасному етапі на ринку послуг у сфері ресторанного бізнесу відбулись як кількісні, так і якісні зміни. Аналізуючи стан ресторанного ринку відмітимо, що він залежить від платоспроможності споживачів, наявності великої кількості туристів, а також від національних смаків жителів даного регіону, що з кожним роком все більше орієнтуються на західні стандарти споживання. Останнім часом ресторанний ринок розширюється, поліпшується якість обслуговування, більш різноманітними стають пропозиції меню ресторанів. Останнім часом, обираючи заклад ресторанного господарства, споживачі обирають ті заклади, які мають охайний вигляд, красивий інтер'єр, меблі та посуд. “Демократизація” ресторанів призвела до створення закладів, які відповідають попиту споживачів та мають доступні ціни на страви, що пропонують. Досить популярні заклади ресторанного господарства саме ті, які пропонують страви української кухні, італійської кухні (піцерії), кав'ярні та фаст-фуди. На ринку України підприємці, які хочуть відкрити ресторан, можуть придбати готовий проект бізнесу (франшизу) чи розробити його власноруч. У будьякому випадку, для мережі ресторанів під однією назвою найголовніше мати уніфіковане меню та реалізовувати готові страви з однаковими смаковими якостями, незалежно від того, в якому закладі вони приготовлені та реалізовані.

Розвиток ринку ресторанів в Україні за останні кілька років суттєво змінився. Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг споживачам продукції та послуг ресторанного господарства. Варто зауважити, що розвиток почався з верхнього, елітного цінового сегмента. Ще декілька років тому, успішні підприємства були розраховані на багату в той час аудиторію. З плином часу цей сегмент почав звужуватися, натомість з'явилися та почали розвиватися середньоцінові кафе та ресторани. А в сегменті елітних закладів майже не залишилося місця для нових гравців, на відміну від середньоцінових ресторанів, які у даний час є найбільш перспективними. Середній “чек” по закладах нашої країни коливається від 300 до 600 гривень – саме стільки доведеться заплатити потенційному клієнту закладу, щоби смачно поїсти. Таким чином, ресторани розділилися на три основні ніші, нерівні за обсягом і кількістю гравців: ресторани авторської “високої кухні”, ресторани середнього рівня і фаст-фуди. В Україні найбільше ресторанів середнього рівня, оскільки, як зазначають ресторатори, з авторськими ресторанами “високої кухні” можна стати відомим, а з середніми – багатим. Аудиторія відвідувачів ресторанів низького та середнього рівня перевищує аудиторію дорогих ресторанів. Ресторатори та маркетологи прогнозують, що ресторанний ринок буде зростати, тому що збільшиться клієнтська аудиторія – все більш популярним серед платоспроможного населення стає європейський стиль життя з харчуванням у ресторанах, кафе, а не вдома.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посіб. / В.В. Архіпов, Т.В. Іванникова, А.В. Архіпова. – К.: Фірма “ІЙКОС”, Центр навчальної літератури, 2007.
2. Ковальчук Т.Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства / Т.Г. Ковальчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2019. – Вип. 23 (1). – С. 126–130. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2019\\_23%281%29\\_\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23%281%29__28)

УДК 658.15

**Шерстюк Р. П.**

*д.е.н, проф. ТНТУ ім. І. Пулюя,*

**Скемська І. І.**

*студентка-магістр групи БРМ-51 ТНТУ ім. І. Пулюя*

### **ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ТА ТОЛЕРАНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ДЖЕРЕЛО БІЗНЕС-ЕФЕКТИВНОСТІ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ**

Світовий досвід управління сферою послуг переконує, що вирішальним чинником стабільного та тривалого функціонування різноманітних організацій, їх поступального розвитку є високоякісний менеджмент у широкому розумінні та менеджмент персоналу зокрема. Суттєво змінюється роль працівника, який з пасивного виконавця перетворюється на активного учасника виробництва, може і бажає брати участь в управлінні, у прийнятті рішень не лише тактичного, а й перспективного значення. Людський чинник стає головним фактором виробництва, а витрати на персонал, на його розвиток вважаються першочерговими інвестиціями підприємців. Також різко зростають вимоги до менеджменту персоналу. Стратегія менеджменту персоналу стала ключовою у стратегічному управлінні підприємством. Якщо раніше розрізнені функціональні служби (кадрів, організації праці та заробітної плати, підготовки кадрів, охорони праці, соціального розвитку тощо) підпорядковувались декільком заступникам керівника підприємства, то тепер на кращих підприємствах створюється єдина міцна служба персоналу, яка підпорядковується, як правило, першому заступнику директора, який несе персональну відповідальність за відтворення та використання персоналу.

Проблема лояльності персоналу у даний час, безсумнівно, дуже значуща для підприємств готельно-готельного господарства, оскільки його його головна особливість полягає у тому, що основна частина співробітників працюють у службах, які безпосередньо контактують з клієнтами готелю чи ресторану при їх обслуговуванні. На жаль, багато наукових праць, присвячених проблемам ефективності готельно-ресторанного бізнесу, розглядає те, що відбувається наче якийсь експеримент, який проводиться у контрольованих умовах. Людська непередбачуваність часто ігнорується авторами. У практиці це неприпустимо, тому що з усіх ресурсів людський є найбільш непередбачуваний. У даному випадку слід підвищувати лояльність персоналу організації. Вищому менеджменту готельно-ресторанного бізнесу слід поставити на перше місце той факт, що більш комфортні умови праці для персоналу, як правило, опиняються там, де більш цілеспрямовано й активно ведеться робота з формування прихильності персоналу. Отже, можна стверджувати, що прихильність і формування лояльності персоналу – це ні що інше, як збіг особистих цілей працівника та цілей підприємства. Отож, в умовах жорсткої конкуренції на ринку готельно-ресторанного господарства своєрідним “гарантом” економічної стабільності функціонування підприємств даної сфери стає лояльність споживачів як результат системного задоволення їх очікувань. Зрозуміло, що сформувати сегмент лояльних споживачів можна лише за умови диференціації пропозиції послуг харчування та надання тимчасового місця проживання для різних споживчих сегментів.

Існують дві групи джерела збігу цілей підприємства та працівника: мотиви та умови перетворення мотивів на актуальні потреби. До основних мотивів лояльності персоналу в готельно-ресторанному господарстві можна віднести: мотиви вибору професії, мотиви вибору бренду, мотиви підвищення особистої професійної ефективності. Отже, формування лояльності персоналу представляє собою процес формування умов перетворення мотивів на потреби. Ці умови створюються керівництвом готелю чи ресторану шляхом підвищення

ролі критеріїв: інформованості співробітників про плани та продукти готельного чи ресторанного підприємства, створення умов праці, оплати праці, можливостей для прояву відповідальності та ініціативи. Для кожного працівника краще працювати у готелі чи ресторані, керівництво якого вважає за необхідне приділяти велику увагу прихильності та формуванню лояльності персоналу. І одночасно, будьякий заклад готельно-ресторанної сфери віддасть перевагу прихильному персоналу для того, щоб підвищити свою ефективність. Звичайно, необхідно брати до уваги той факт, що формування як прихильності, так і лояльності персоналу вимагає фінансових витрат, а чи з'явиться лояльність персоналу підприємства і коли – це велике питання. К. Сьюелл відомий американський підприємець у своїй книзі “Клієнти на все життя” підкреслює: “У нас є тільки один спосіб відрізнитися від інших, і він полягає в наших працівниках. Усі фірми мають доступ до одних і тих же джерел капіталу. Інновації можуть бути скопійовані наступного ранку. Будьякі потрібні технології впроваджуються за помахом руки. Так що сьогодні конкурентну перевагу можуть створити лише люди та сервіс, який вони надають”.

Якщо керівник готелю чи ресторану після здійснення проекту з підвищення прихильності та формування лояльності персоналу зазначає позитивні зміни таких критеріїв, як співвідношення кількості звільнених до кількості прийнятих працівників, поява або відсутність заявлених кар'єрних амбіцій працівниками, збільшення або зниження середнього стажу роботи на підприємстві, то можна з упевненістю сказати, що проект вдався, а зростання ефективності готелю чи ресторану не змусить себе довго чекати.

Серед ціннісного універсуму лояльності важливе місце займає толерантність, яка в історичному розвитку сприймається як явище загальносвітового масштабу, що і зумовлює актуальність осмислення її сутності і з'ясування механізмів функціонування в мінливому соціумі. Толерантність розглядається, як особистісна та соціальна якість, норма співіснування, джерело морального розвитку особи та суспільства, соціальна та індивідуальна цінність, що забезпечує мир, злагоду, згуртованість конкретної спільноти. Вона також характеризує культуру відносин у суспільстві, побудовану на принципах свободи, відмови від насилля, відповідальності, відкритості до діалогу. Разом з тим, на нашу думку, сьогодні особливо виразно постає необхідність зміщення толерантності у площину гостинності як складного комунікативного процесу, у якому виявляється турбота та піклування про гостя. Закладений у гостинності потенціал толерантності, а також діалогічності здатен допомогти кожній людині відчувати себе більш упевнено в мінливому глобалізованому світі, краще розуміти іншу людину, досягнути глибини власної душі. Саме у гостинності найбільш повно виявляється ставлення до інших, вона є універсальною нормою та формою існування, співіснування людства, взаємодії різних культур, рас, націй, етносів. Гостинність – це визначальний фактор формування толерантної моделі поведінки всіх суб'єктів системи гостинного сервісу, вона допомагає здійснювати саморегуляцію соціуму, зберігаючи стійкість і зовнішню терпимість до іншого, не схожого на себе. Гостинність включає у себе культуру спілкування, культуру поведінки, культуру обслуговування, корпоративну культуру, зовнішній вигляд, службовий етикет, професійні знання, уміння та навички, моральні норми та принципи, а також основні аспекти професійної, соціальної культури. У всіх суб'єктів гостинного сервісу формується внутрішня толерантність, внутрішня стійкість, як здатність зберігати рівновагу у несподіваних ситуаціях, за умов стохастичної невизначеності, моментів ризику та стресу; спроможність приймати рішення та діяти у схожих ситуаціях. Таким чином, толерантність у сфері гостинності запобігає уникненню конфліктів, дозволяє зберегти душевний спокій, рівновагу, впевненість. Також допомагає виховувати у собі стриманість, уміння керувати власним емоційним станом, не дозволяти прояв негативних емоцій під впливом різних обставин у роботі з гостями.

#### **Список використаних джерел**

1. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія / М.Г. Бойко. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 524 с.

2. Вовчанська О. Клієнтоорієнтованість у ресторанному бізнесі: теоретичні підходи і сучасна практика. О. Вовчанська, Л. Іванова // Бізнес-інформ, 2018. – №11. – С.290-294.

3. Ковальчук С.В. Клієнтоорієнтованість – сучасне спрямування маркетингової концепції // Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління. Тези доповідей IV Всеукр. наук. конф. (м. Київ, 4 листопада 2016 р.). – К.: КНУТД, 2016. – С. 10-11.

4. Кирнос К. Система КРІи мотивація. // ОТЕЛЬЕР И РЕСТОРАТОР, 2015. – №5 (49). – С. 52–55

*Глушок Руслан*  
*Викладач вищої категорії*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*Харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*

## **УКРАЇНЬСЬКА НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ ІЇ ЛОКАЛЬНІ ВАРІАНТИ – ОСНОВНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТУ ВІТЧИЗНЯНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Незважаючи на труднощі, українська економіка, суспільство, культура відроджуються і прогресують. Національна свідомість і патріотизм проявляються в усіх сферах суспільного життя зокрема і в культурі харчування. Автентична українська кухня в умовах глобалізації переживає не занепад, справжнє відродження, а ресторанний бізнес – несподіваний розквіт. Проаналізуємо, чому це відбувається і які перспективи громадського харчування в майбутньому.

Ще понад двісті років тому Іван Котляревський в своїй славнозвісній поемі «Енеїда» зробив опис харчування наших предків. Ось прикметні цитати з твору, який започаткував нову українську літературу.

«Тут їли рознії потрави,  
І все з полив'яних мисок,  
І самігарній приправи  
З нових кленових тарілок:  
Свинячу голову до хрину  
І локшину на переміну,  
Потім з підлевоюїндик;  
На закуску куліш і кашу,  
Лемішку, зубці, пугрю, квашу  
І з маком медовий шулик.  
І кубками пили слив'янку,  
Мед, пиво, брагу, сирівець,  
Горілкупросту і калганку...»

«Латин по царськомузвичаю  
Енею дари одрядив:  
Лубенськогошматкороваю,  
Коритоопішнянських слив,  
Горіхівкиївськихсмажених,  
Полтавськихпундиківпряжених  
І гусячихп'ятькіпяєць;  
Рогатого скота з Лип'янки,  
Сивухи відерп'ять з Будянки...»

«Гам лакоминиразніїли,  
Буханчикипшеничнібілі,  
Кислиці, ягоди, коржі



І всякірізнівitreбеньки...»

У цихописахпривертаютьувагурізноманітні страви з борошна та круп. І недаремно, аджеУкраїназавждибула «житницею Європи».

Багато з перерахованихКотляревськимстрав уже загубилися, на жаль, середплину часу, але їхцілкомможнаоновити. Це і зубці (зерна обтовченого ячменю, підсмажені), і путря (ячмінна кутя з солодким квасом), і кваша (солодке тісто), і баба-шарпанина (народна страваіз пшеничного тіста, риби, конопляноїолії, підсмаженоїцибулі), і багаточогоіншого. Не дивно, щогостііззадоволеннямце все “лигали”, “глитали”, та ще й “замурмотали, як коти”. І ми їхрозуміємо! В Україніспоковіківмілидуже смачно готувати![1]

Приємнодивує й асоритиментстрав, яківживализакоханіДідона та Еней:

«І в кахлях понесли пашкети  
і киселю їм до сити;  
Гарячую, м'яку буханку,  
Зразову до рижківпечінку,  
Гречаних з часникомпампух».

На превеликий жаль, кисільтакожвіднесено зараз до архаїчнихстрав. Чибагатовибачилиресторанів, де йогопропонують? Отож!

«Тут з салом галушки лигали,  
Лемішку і кулішглитали»

Щоцікаво, галушки були на той час вишуканоюстравою, яку подавали на прийомах і готувализавчай з гречаного та житньогоборошна. На сьогодні, на жаль, вони стали лишедоповненням до українського борщу, не більше.

«Троянцямвсім дали тетері»

«Тетеря» – цебуластрава, схожа на куліш, яка готувалася з пшона і заправляласярідкимгречанимабожитнімтістом. Варили її на м'ясній, аборибнійющі, а приправляли затовченим салом з цибулею і часникомабозасмажкою з цибулі на олії. До пісноїтетері додавали хрініз квасом та часник [2].

Про десерти в «Енеїді» сказано таке:

«І ласощі все тількиоли,  
Сластьони, коржики, стовпці».

Сластьони – шматочкидріжджовоготіста, якісмажили на олії, як зараз би сказали, у фритюрі. Стовпці, абоїщеназиваютьгречаниками – млинці з дріжджовоготіста, якілізісметанкою.

Ну і на завершення – щоробити, коли багатоїв та пив? В «Енеїді» є рецепт:

«Дідона рано ізхопилась,  
Пила з похміллясирівець».  
Сирівець – цехлібний квас[1].

Котляревський називає багато страв, про які забули більшість українців, а для наших предків вони були якщо не буденними, то цілком звичними. Наведені цитатидають можливість пізнати лише малу частину давньої української кухні, адже навіть борщ кожна господиня готує по-своєму. Додамо ще місцеві страви різних регіонів України, впливи і запозичення від кухонь сусідніх народів, нові колись екзотичні овочі, плоди, приправита різне зілля. І отримуємо цілий незвіданий багатющий світ української кухні: ельдорадо ресторанного бізнесу.

До речі, наша кухня визнанаоднією з кращих на планеті. Туристи з різнихкраїнсвіту поставили українські страви на восьмемісцеміжкулінарнимбагатствомЯпонії і Китаю. Українціздавнавмілистворитисмачну і незвичайнустравуіздешевих і звичайнихпродуктів: буряків, свинини, сала, пшеничного борошна, яєць і молочнихпродуктів.

Крім того, завждиокремемісце в традиційнійукраїнськійкухнізаймалирибні страви. Давнірецептидосірозбурхуютьрозумікухарівусьогосвіту: карасі в сметані, судак тушкований з цибулею і часником – ці та інші страви займаютьпередовіпозиції в ресторанах Європи і Америки. А ще – вареники, галушки. А узвар, компот, медовуха [2].Отже, іноземні туристи вже тепер з величезним задоволенням споживають звичні для нас страви. Але ж і

самі українці захочуть скуштувати забуті й відновлені смаколики, наїдки і наливки різних місцевостей нашої Батьківщини. Відродити своє, рідне, поживне, корисне і таке смачне харчування. Ресторатори України сьогодні мають можливість не лише нагодувати, заробити кошти, але й здійснити суспільно корисну просвітницьку місію відродження й збагачення гастрономічної скарбниці нашого народу, поширення нашої культури в світі.

Євген Клопотенко та інші відомі кухарі вважають, що основним шляхом розвитку нашого ресторанного бізнесу повинне стати відновлення, модернізація української національної кухні. Кожен регіон України може мати свої автентичні гастрономічні візитівки. Адже туристи бажають пізнати нове, незвичне. Саме своєрідна, строката, смачна і цікава кухня буде запорукою розвитку ресторанного бізнесу. Наш коледж теж повинен здійснити свій внесок у цьому поступі.

#### Список використаних джерел:

1. Тетяна Пивовар. Щоїли наші предки – свідчить «Енеїда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://slovopys.kubg.edu.ua/shcho-ily-nashi-predky-svidchyt-eneida/>.
2. 11 українських страв, про які ми почали забувати [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://sts.sumy.ua/society/11-ukrayinskyh-strav-pro-yaki-my-pochaly-zabuvaty.html>.

*Кукурудза Аліна*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Мучинська Ольга*

*викладач спец дисциплін*

### РЕСТОРАННА ІНДУСТРІЯ В ЯПОНІЇ

**Актуальність дослідження.** Японія – це дивовижне поєднання старовинних традицій, святинь та найпередовіших технологій. Країна, яка безмежно поважає своє минуле, і, при цьому стрімко мчить у майбутнє, маючи в арсеналі унікальні природні дива та творчу спадщину. Країна володіє всіма трьома видами туристичних ресурсів; історико-культурні, природні та соціально-економічні. Особливо добре розвинута ресторанна індустрія.

**Метою** статті є дослідження концептуальних інновацій у ресторанній індустрії Японії.

Інновація (англ. innovation нововведення) ідея, новітній продукт в галузі техніки, технології, організації праці, управління, а також у інших сферах наукової та соціальної діяльності, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду, є кінцевим результатом інноваційної діяльності. Інновації відіграють важливу роль в індустрії гостинності, оскільки задля кращого задоволення потреб гостей необхідно постійно пропонувати щось нове. Існує значна кількість видів інновацій. На нашу думку, одними з найважливіших для сфери гостинності є концептуальні інновації. Концептуальні інновації – це створення нових концепцій готельно-ресторанних закладів, їх послуг та реалізація в нових форматах обслуговування, нових архітектурно-інженерних і технологічних рішеннях, що задовольняють потреби гостей.

Таким чином, Японія в даному контексті є країною-лідером по впровадженню концептуальних інновацій у сферу ресторанної індустрії. Варто навести конкретні приклади, які відображено у таблиці 1.

Одними з найпопулярніших ресторанних закладів у Японії є кото-кав'ярні. Котяча кав'ярня (Кото-кав'ярня) кав'ярня, де любителі котячих можуть провести дозвілля в компанії домашніх котів. Виникненню закладів сприяло те, що у деяких країнах існують обмеження на утримання домашніх тварин, зокрема кішок. Перша кото-кав'ярня на Японських островах була відкрита в Осаці в 2004 році. Потім подібні кав'ярні відкрилися в інших містах і на сьогодні тільки в Токіо їх існує кілька десятків.

Таблиця 1

№	Назва	Місце знаходження	Концепція закладу
---	-------	-------------------	-------------------

1	OwlCafes	Токіо	присутність сов різних видів;
2	Nekokaigi	Кіото	присутність котів різних видів;
3.	HedgehogCafeHarry	Токіо	присутність їжаків;
4.	Ms. Bunny	Токіо	присутність кроликів;
5	Kayabukiyatavern	Уцуномія	ресторан, де замість офіціантів працюють макаки;  оформлення у стилі ніндзя;
6.	NinjaAkasaka	Токіо	присутність великої кількості роботів, що розважають гостей;
7.	RobotRestaurant	Токіо	оформлення у вампірському стилі.
8.	Vampirecafe	Токіо	присутність великої кількості роботів, що розважають гостей;

Як приклад, можна навести *catcafeNekokaigi* Кіото. У *Nekokaigi* панує властива подібним закладам атмосфера розслаблююча, тепла, пухнаста і домашня. Кафе розташоване в центрі міста, на перетині популярних туристичних маршрутів Кіото. Варто врахувати, що сюди, не пускають дітей віком до 13 років, а куріння заборонено немає навіть спеціальної зони. В іншому строгі правила приблизно ті ж: вимиті руки, зняте взуття, ласощі для кішок, лише надані самим закладом та ніяких фотоспалахів. На офіційному сайті *Nekokaigi* надана вичерпна інформація англійською про ціни, розташування закладу, мешканців, правилах і розклад. Таким чином, можна дізнатися, що у закладі «працює» 13 котів різної ваги, породи та кольору шерсті. Забронювати час відвідування не можна, однак заклад дає пораду: приходити до 5 години вечора в цей час в кафе не так людно. *Nekokaigi* працює з 11.00 до 20.00. У кафе пропонують лише гарячі та холодні напої, наприклад: кава 200 єн (48 грн.); капучіно 300 єн (72 грн.); апельсиновий сік 200 єн (48 грн.) [1].

У 2016 р. у Токіо було відкрито перше у світі їжаче кафе *HedgehogCafeHarry*. Принцип роботи закладу такий ж, як у котячих кафе, тільки головними героями тут виступають маленькі колючі тваринки. У цьому закладі зібрано понад 20 видів їжаків, що живуть у акваріумах. Тутешні їжаки ручні, тому вони не згортаються, а дозволяють себе гладити. Вхід у кафе за додаткову плату в перерахунку на наші гроші, це – 250 грн., у вихідні ще дорожче 330 грн [2].

У цьому ж самому приміщенні, де знаходиться *HedgehogCafeHarry*, проте поверхом нижче, розташоване кафе з кроликами *Ms. Bunny* та зоомагазин. Відвідувачі можуть насолоджуватися грою з великою кількістю кроликів, випити кави чи інші напої. Зоомагазин продає кроликів, а також супутні товари.

*Кафе із совами (Owlcafes)* є прекрасною альтернативою, якщо у гостей алергія на котів чи інших тварин. Саме кафе знаходиться в невеликому дворі, в кінці житлової вулиці. Проходячи повз кафе, самих сов можна побачити через невеликі скляні вітрини. Тут є сови

всіх видів та віку, що робить це місце дуже приємним і різноманітним. Крім того, сови дуже тихі і не будуть турбувати, поки гості відпочивають. Цінова категорія приблизно така сама як у інших закладах, кава коштує близько 500 єн (120 грн.), крім того можна зробити фото (без спалаху) і прогулятися навколо магазину. Година перебування в кафе коштує 1500 єн (360 грн.) [4].

У місті Уцуномія існує *ресторан Каябукі*, в якому гостей обслуговує *мавпа*. Все почалося із того, що друзі подарували власнику ресторану мавпу по кличці Якчан, яка несподівано почала із задоволенням копіювати дії обслуговуючого персоналу. Розумна мавпа стала головною атракцією та збільшила кількість гостей. Мавпа носить одяг, подає напої і серветки, сервірує столи. У власника ресторану є ще кілька молодих мавп, які позують для фотографій з гостями, проте ще не навчені мистецтву обслуговування.

*Ресторан Ninja Akasaka* – тематичний ресторан в центрі Токіо, присвячений тематиці ніндзя. Гостей підчас відвідування ресторану розважають ніндзя. Увесільний інтер'єр також виконаний у подібному тематичному стилі. Це легендарний японський ресторан. Занепримітним дверима відвідувачів цілий лабіринт, що веде в селоніндзя. У форматі ресторану ніндзя (переодягнені офіціанти) нікого не позбавляють життя, навпаки – розважають трюками і смачно годують. Так, наприклад, в меню можна знайти їстівні сюрікен – зброя ніндзя. Ресторан Ніндзя Акасака був відкритий в 2001 р. Число посадочних місць – 147, а середній чек складе 7000 – 10000 єн (1500 – 2500 грн.) на відвідувача [3].

*Robot Restaurant* знаходиться також у столиці Японії в будівлі, де раніше було кабаре. Цей заклад вперше відкрився 18 серпня 2012 ро, а вартість входу для відвідувачів складає 8000 єн (1900 грн.), щоб проникнути всередину [5].

*Vampire cafe* – це справжній райський куточок для любителів цих створінь і просто готичної тематики. Інтер'єр кафе зроблений в розкішному вампірському стилі: стіни обшиті червоним вельветом, замість крісел тут трони, є навіть справжня труна зі свічками, яка освітлює все навколо. Що стосується сервірування столів і самих страв, то тут все теж досить тематично [6].

#### Список використаних джерел:

1. CatCafe Nekokaigi [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nekokaigi.com/english/top.html>
2. Hedgehog Cafe Harry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.harinezumi-cafe.com/en/>
3. Ninja Akasaka [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://viewout.ru/news/restoran\\_nindzja\\_v\\_tokio/2014-03-19-862](http://viewout.ru/news/restoran_nindzja_v_tokio/2014-03-19-862)
4. Owl Cafes [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.timetravelturtle.com/tokyo-owl-cafe-akiba-fukurou/>
5. Robot Restaurant [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://viewout.ru/news/robot\\_restaurant\\_odno\\_iz\\_samykh\\_neobychnykh\\_zavedenij\\_tokio/2014-03-20-864](http://viewout.ru/news/robot_restaurant_odno_iz_samykh_neobychnykh_zavedenij_tokio/2014-03-20-864)
6. Vampire Cafe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://viewout.ru/news/vampirskoe\\_kafe/2014-03-12-852](http://viewout.ru/news/vampirskoe_kafe/2014-03-12-852)

*Іванов Назар*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»,*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Горішна Ганна*  
*викладач - методист, вищої категорії*

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасне ресторанне господарство є галуззю основу якої складають підприємства, що характеризуються єдністю форм організації виробництва і обслуговування споживачів і розрізняються за типами і спеціалізацією. Розвиток ресторанного господарства:

- дає істотну економію суспільної праці завдяки більш раціональному використанню техніки, сировини, матеріалів;
- надає робітникам і службовцям протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зберігає здоров'я;
- дає можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах.

Ресторанне господарство однією з перших господарчих галузей України перейшло на ринкові відносини. Після приватизації підприємств змінилася організаційно-правова форма системи ресторанного господарства, з'явилася велика кількість приватних підприємств.

Підприємства ресторанного господарства є чисто комерційними (ресторани, шашличні, вареничні, піцерії, бістро та ін.), але разом з тим розвивається і громадське харчування: їдальні при виробничих підприємствах, студентські, шкільні. З'являються комбінати, фірми, які беруть на себе завдання організації громадського харчування.[1]

Конкуренція в сучасних умовах пандемії — невід'ємна складова ринкової економіки, оскільки у відвідувачів з'являється можливість вибору. Основне завдання кожного підприємства— підвищення якості продукції та послуг, що надаються (обслуговування клієнтів через доставку і самовиніс). Успішна діяльність підприємства (фірми) визначається якістю наданих послуг, які повинні:

- чітко відповідати певним потребам;
- задовольняти вимоги споживача;
- відповідати прийнятним стандартам і технічним умовам;
- відповідати чинному законодавству та іншим вимогам суспільства;
- надаватися споживачу за конкурентоспроможними цінами;
- забезпечувати отримання прибутку у закладах ресторанного господарства.

Для досягнення поставлених цілей підприємство має враховувати всі технічні, адміністративні і людські чинники, які впливають на якість продукції та її безпеку.

За ситуації, коли пропозиції перевищують попит, необхідний маркетинговий підхід до організації роботи і конкурентоспроможність послуг харчування та обслуговування, повинні забезпечуватися основні критерії конкурентоспроможності— безпека, якість, асортимент, ціна, сервісні послуги. Важливо проводити маркетингові дослідження якості послуг. Об'єкт дослідження — споживачі, їх ставлення до послуг, вимоги до якості та асортименту продукції і послуг. [2]

Результати дослідження визначають систему якості обслуговування клієнтів. Така система має багато сегментів. Вона включає відповідальність керівництва, закупівлю сировини і продуктів, розробку нових видів продукції, управління виробництвом, контроль, ідентифікацію послуги і продукції, попередження неправильних дій, керування процесами обслуговування, статистичні методи, безпека продукції, маркетинг, підготовка кадрів.[3]

#### **Список використаних джерел:**

1. «Усе про ресторанний бізнес. Успішна робота ресторанів, кафе, барів» - А.М.Беляєва
2. «Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства» - О.В. Новікова, Л.О. Радченко.
3. «Технологія приготування їжі» - Г.І. Шумило

*Ходачок Анастасія*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Мучинська Ольга*  
*викладач спец дисциплін*

#### **ОПТИМІЗАЦІЯ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ В ГОТЕЛІ**

У роботі розглянуто процеси розробки і впровадження стратегії енергозбереження як інструменту управління енергоефективність промислового підприємства, яка враховує

умови та особливості функціонування систем його енергозабезпечення та дозволяє вирішувати ключові завдання ефективного використання енергетичних ресурсів у довгостроковій перспективі. Визначено основні види енергозберігаючих заходів, які враховують механізм впровадження технологій енергоспоживання та впливають на вибір стратегії енергозбереження на промисловому підприємстві.

Для більшості готелів витрати на електроенергію, опалення і кондиціонування становлять не менше 40% всіх експлуатаційних витрат. На фоні підвищення тарифів на енергоносії, впровадження інноваційних рішень дозволяє скоротити споживання енергоресурсів, забезпечити автономне 170 енергозабезпечення та раціональне управління готельною інфраструктурою, що є невід'ємною ефективною складовою готельного бізнесу.

Формалізовано основні етапи реалізації стратегії енергозбереження, розроблено перелік показників та алгоритм оцінки ефективності енергозберігаючих заходів. Доведено, що обґрунтування заходів з енергозбереження зводиться до оптимізації витрат на їх проведення. Запропоновано використовувати енергетичний баланс для забезпечення оптимізації процесів енергозбереження на підприємстві, визначено механізм його побудови. Алгоритм побудови енергетичного балансу враховує ітераційне узгодження надходження та витрачання енергоресурсів всередині підприємства з умовою забезпечення внутрішніх технологій та потреб, забезпечення плану виробництва та нарощування обсягу виробництва.

Постановка проблеми. Серед актуальних проблем, що стоять перед сучасними підприємствами різних галузей промисловості України, можна виділити високу енергоємність виробничих процесів і нераціональність використання енергоресурсів. За даними Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження Україна щорічно споживає близько 210 млн. т паливно-енергетичних ресурсів і відноситься до енергодефіцитних країн [1]. На сьогоднішній день держава покриває свої потреби в енергоспоживанні приблизно на 53 % за рахунок власних джерел. Україна імпортує 75 % необхідного обсягу природного газу та 85 % сирової нафти і нафтопродуктів. Така структура енергоресурсів економічно неспроможна. Вона породжує залежність економіки України від країн-експортерів нафти і газу та являє собою загрозу для її енергетичної та національної безпеки.

Аналіз витрат в сфері виробництва, розподілу і споживання електроенергії показує, що більша частина витрат (до 90 %) припадає на сферу енергоспоживання, тоді як втрати при передачі електроенергії складають лише 9-10 %. Тому основні зусилля з енергозбереження в Україні повинні бути зосереджені саме в сфері споживання електроенергії. Таким чином, ключовим фактором підвищення енергоефективності виробництва є розробка та комплексна реалізація організаційних, технологічних, техніко-економічних та інших механізмів раціонального використання енергетичних ресурсів в рамках єдиної стратегії, спрямованої на енергозбереження.

Основні результати дослідження. Потрібно розуміти, що енергоефективність та енергозбереження – ключові поняття забезпечення ефективності як бізнесу, так і держави в цілому. При цьому саме промисловість є першою жертвою нераціонального використання ресурсів, бо це негативно позначається на собівартості продукції. Енергозбереження – це комплекс організаційних, правових, виробничих, наукових, економічних, технічних та інших заходів, спрямованих на раціональне використання та економічне витрачання паливно-енергетичних ресурсів. Енергоємність виробництва – величина споживання енергії та палива на основні та допоміжні технологічні процеси виготовлення продукції, виконання робіт, надання послуг на базі заданої технологічної систем.

Ефективність бізнесу будується на балансі доходів і витрат виробництва, в число яких неодмінно входять витрати на споживану енергію – теплову, електричну або іншу. І чим ці витрати менші, тим більш ефективним є бізнес. Чим менше енергоємність, тим вище енергоефективність. Енергозбереження в будь-якій сфері зводиться до раціонального використання енергії, зниження непродуктивних витрат.

Основними причинами низької енергетичної ефективності підприємств є:

- значний фізичний і моральний знос основних засобів і, як наслідок, висока аварійність обладнання;
- низький рівень контролю та регулювання споживання енергоресурсів;
- підвищені втрати у виробничих процесах і висока витрата первинних паливно-енергетичних ресурсів;
- нестача кваліфікованих фахівців у сфері енергетичного менеджменту;
- низький рівень мотивації персоналу до енергозбереження тощо.

До основних ефектів від реалізації стратегії енергозбереження промислового підприємства можуть бути віднесені:

– збільшення продуктивності технологічних установок та обладнання в разі впровадження заходів щодо технологічного енергозбереження, зниження енерговитрат на одиницю продукції та поліпшення її якості;

– економія енергії та інших ресурсів, що приводить до зниження матеріальних витрат та собівартості продукції;

– скорочення платежів підприємства за забруднення навколишнього середовища в зв'язку із зменшенням кількості витрачених паливно-енергетичних ресурсів.

Але можуть мати місце і негативні результати:

– зростання загального обсягу основних фондів підприємства;

– зростання матеріальних витрат (незважаючи на економію енергоресурсів);

– зростання експлуатаційних витрат на утримання енергозберігаючого обладнання та установок;

– зростання чисельності обслуговуючого персоналу тощо.

Логічною вершиною оптимізації енергоспоживання готелю вважається застосування енергозберігаючого обладнання та систем.

На ринку України існують підприємств та компаній, діяльність яких спрямована на енергозбереження, впровадження та реалізацію в закладах готельного господарства енергозберігаючих систем.

Впровадження стратегії енергозбереження на підприємстві повинно передбачати комплексний підхід до вирішення управлінських завдань і чітку формалізацію кожного з його етапів.

1. Формування комплексу цільових показників, що розраховуються на основі індикаторів (параметрів енергетичного стану підприємства). Цільові показники необхідні для планування та оцінки ефективності процесів енергозбереження підприємства і його структурних елементів (систем енергозабезпечення, підрозділів, будівель тощо). Тому вони відображають плановий і фактичний рівні реалізації стратегічних завдань і підлягають щорічній корекції з урахуванням ряду факторів: фактичного відхилення показників від заданих значень за звітний період; оцінки фактичної ефективності заходів в області енергозбереження; зміни рівня технічного і технологічного розвитку; оцінки економічної ситуації та інші.

2. Планування та виконання точкових і комплексних заходів в області енергозбереження. Механізм реалізації заходів повинен мати чіткий взаємопов'язаний алгоритм дій з яким прогнозованим результатом, відповідати державним та галузевим нормативно-правовим документам, корелювати з раніше прийнятими на підприємстві цільовими програмами та рішеннями. Для кожного заходу повинні бути визначені виконавці, обсяги та джерела фінансування, а також схеми залучення коштів. З урахуванням встановлених стратегією тимчасових обмежень формується план-графік реалізації заходів.

3. Контроль процесів енергозбереження. Стратегія передбачає необхідність впровадження на підприємстві ефективної системи моніторингу, аналізу та прийняття рішень, що забезпечує розподіл зон відповідальності за виконання заходів, а також адаптивне управління процесами енергозбереження з урахуванням можливих ризиків та інших факторів організаційного, технічного, соціального і економічного характеру.

Висновки. Таким чином, основні особливості впровадження стратегії енергозбереження на промислових підприємствах України:

- системність і чіткий алгоритм дій;
- контроль (моніторинг) і оцінка ефективності заходів з енергоефективності;
- адаптивність до змін всередині підприємства і в зовнішньому середовищі;
- узгодженість з раніше прийнятими стратегіями, цільовими програмами та управлінськими рішеннями;
- відповідність до основних положень нормативно-правових документів, а також енергетичну політику підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Постанова Кабінету міністрів України « Про затвердження державної цільової економічної програми енергоефективності і розвитку сфери виробництва енергоносіїв з відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива на 2010-2016 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/243-2010-%D0%BF>

2. Афонченкова Т.М. Формування економічного механізму енергозбереження сільськогосподарськими підприємствами: автореф. дис. / Т.М. Афонченкова; ПВНЗ Європ. ун-т – К., 2008. – 22 с.

3. Геєць В.М. Розвиток та взаємодія економічної та енергетичної політики в Україні / В.М. Геєць // Вісник НАН України. – 2016. – № 2. – С. 46-53.

4. Інтернет ресурси

*Кім Ольга*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Мучинська Ольга  
викладач спецдисциплін*

#### **ОРГАНІЗАЦІЯ ВИЇЗДНИХ ПОСЛУГ БАРМЕНІВ (КЕЙТЕРИНГ - БАР)**

Кейтеринг - надання послуг з організації харчування співробітників підприємств і організацій. На практиці під кейтерингом мається на увазі не тільки доставка і приготування їжі, а й обслуговування, сервірування, оформлення і тому подібні послуги.<sup>(1)</sup>

Насамперед, кейтеринг - справа клопітка, і вимагає гарного оперування супутніми сервісами<sup>(2)</sup> Для надання подібних послуг необхідний мати штат офіціантів, кілька кухарів, барменів, а також супутній персонал (водії та інше), необхідно спеціальне обладнання, щоб довести посуд, наприклад, фуршетні спідниці, марміти, бойлери, а якщо немає електрики - мобільні електростанції, столи, намети, стільці, скатертини.

За великим рахунком виділяють кілька видів кейтерингу:

- приготування їжі в приміщенні;
- приготування їжі поза приміщенням (виїзне ресторанне обслуговування);
- контракт на поставку (доставка в офіс);
- соціальний кейтеринг;
- роздрібний продаж готової кулінарної продукції;
- VIP - кейтеринг
- кейтеринг напоїв та коктейлів (виїзний бар)

#### **Історія розвитку**

Світовий ринок кейтеринг-індустрії почав активно розвиватися в США на початку ХХ століття, під час масштабного будівництва хмарочосів, для організації харчування численних робітників. Одночасно ідея отримала швидке поширення як спосіб забезпечення харчування співробітників великих промислових підприємств і офісних працівників бізнес-



центрів США і Європи з метою більш ефективної організації робочого дня. В сучасних умовах, велика кількість бізнесменів віддають перевагу здоровому способу життя <sup>(3)</sup>

#### Кейтеринг-бар

Одним з основних видів діяльності закладів ресторанного господарства є організація виїзного бару. Замовлення виїзного бару включає в себе виїзд персоналу на місцепроведення заходу, установка мобільного барної стійки, підготовка робочого місця, сервіровка посуду та безпосереднє приготування коктейлів. Бармени віртуозно жонглюють пляшками, влаштовують флейринг і фایр-шоу. <sup>(4)</sup>

#### Бармен-шоу

Робота барменів вже давно вийшла за рамки ресторанів і клубів. Зараз це ще й особливий напрямок мистецтва, наповнене видовищністю і оригінальністю. Бармен-шоу проходить за участю лише професійних барменів, прагнучі до творчої реалізації і розвиваючих своє мистецтво. Виступ проходить під запальну музику з віртуозними елементами жонглювання пляшками в поєднанні з вогненным шоу (фаєр-шоу). Бармен шоу триває близько 6 хвилин, під час бармен шоу жонглює пляшками, льодом, шейкерами і т.д. У бармен шоу також присутні елементи піротехнічних ефектів безпечних для приміщення. У бармен-шоу важливу роль відіграє артистичність та видовищність, що є основою виступів. <sup>(4)</sup>

#### Організація робочого місця бармена

Робоче місце бармена має бути обладнаним всім необхідним для роботи.

Зліва від нього розміщують підноси, покриті ними серветками або рушником з посудом для подавання коктейлів, необхідний інвентар (шейкер, мірний посуд, ложечки, щипці, ключі для відкривання банок, пляшок з водою, штопор, рушники для протирання стійки), нарізані цитрусові, плоди і угоди (для оформлення напоїв).

Справа ставлять пляшки з напоями, глечики, графини із сиропами, соками у певній послідовності: у першому ряду - сиропи і соки, є другому - зліва направо розміщують коньяк, горілку, ром, лікери, кріплені і натуральні, вина, а також: подрібнені горіхи, терті вафлі і шоколад. <sup>(4)</sup>

Перед барменом кладуть соломку для коктейлів, чашку-термос, відерко з льодом, обробну дошку для нарізування фруктів, цитрусових та інших продуктів, справа біля дошки - інвентар для нарізування (нож ікухарські, карбувальні).

Якість продукції барів багато в чому залежить як цей бар забезпечений необхідним посудом, приборами, інвентарем та інструментами.

Для роботи в барі слід мати такий інвентар:

- обробні дошки для нарізування фруктів, овочів, хліба;
- ножі кухарської трійки;
- ножі для нарізування фруктів;
- спеціальний ніж для знімання цедри з цитрусових;
- карбувальний ніж для карбування плодів і овочів;
- виделки для наколювання цитрусових;
- терки для натирання мускатних і волоських горіхів, шоколаду, цедри лимона;
- лійки різних розмірів із пластмаси, частіша з них повинна мати вмонтоване волосяне ситечко;
- розсіювач для цукрової пудри;
- шпажки коктейльні для наколювання маслин, різних фруктів;
- шпажки і виделки пластмасові для бутербродів (накладанців) і дрібних закусок;
- пляшечки з дешевими корками для відмірювання і розбризкування компонентів, які належать до ароматичних модифікаторів;
- ситечко або стрейнер (плоске сито з ручкою, всередині обідка якого прикріплені пружини для утримання його на склянці);
- ручну соковижималку;
- виделки для фруктів, овочів;
- щипці для харчового льоду;

- вінчик для збивання;
- млинки для перемелювання кави, цукру, мигдалю, горіхів, чорного перцю;
- відерка для харчового льоду;
- мішечок для подрібнення льоду для окремих напоїв;
- дерев'яний молоток для подрібнення льоду;
- контейнер для зберігання льоду прямокутної, або квадратної форми з золяційною прокладкою;
- лопатку для наповнення контейнера льодом;
- підставку для зберігання яєць - дерев'яну, пластмасову або паперову;
- шумівку для виймання смажених виробів із фритюру;
- друшляк, сита для проціджування, протирання продуктів;
- дерев'яні качалки для розкачування тіста;
- дерев'яні копистки для перемішування: кухарські лопатки;
- прибори для перекладання готових закусок і десертів;
- ножі - лопатки для нарізування і перекладання десертів.<sup>(5)</sup>

#### **Список використаних джерел:**

1. <http://catering.in.ua/catering/departure/articles/catering/>.
2. [http://ua-referat.com/Особливості\\_організації\\_виїзного\\_харчування\\_Кейтеринг.](http://ua-referat.com/Особливості_організації_виїзного_харчування_Кейтеринг.)
3. [http://pidruchniki.ws/10290228/turizm/obsługovuvannya\\_spozhyvachiv\\_pri\\_nadanni\\_keyteringo\\_vih\\_poslu](http://pidruchniki.ws/10290228/turizm/obsługovuvannya_spozhyvachiv_pri_nadanni_keyteringo_vih_poslu)
4. <http://megasite.in.ua/104189-koktejlina-vechirka.html>.
5. <http://torgoborud.com.ua/ua/Barne-obladnannya.html>.

***Матвій Христина**  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль  
Науковий керівник: **Мучинська Ольга**  
викладач спецдисциплін*

### **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Туризм є важливим фактором, який впливає на розвиток економіки, задовольняє духовні, моральні потреби людей. Сьогодні люди подорожують з найрізноманітнішими цілями, такими як відпочинок, участь у спортивних походах, ознайомлення з місцевими пам'ятками культури, відвідування рідних місць. Так виникають нові, сучасні види туризму, до яких можна віднести і етнотуризм.

У класичному розумінні етнічний туризм (етнотуризм, ностальгійний туризм, етнографічний туризм) – різновид туристичних подорожей, що здійснюються туристами до місць свого історичного проживання. Завдяки такому нововведенню в туристичних фірмах багато хто навіть знаходив своїх далеких родичів на чужих землях. Іноді люди відвідували місця, де проживали їхні батьки, діди або вони самі в далекій молодості були виселені з цих територій.

Учасники етнічного туризму — в основному люди похилого віку, що раніше проживали в цій місцевості. Основна частина програм і мета приїзду — індивідуальне (або невеликими сімейними групами) відвідування різних регіонів. Туристичні ресурси для етнічного туризму багаті і своєрідні. Це пам'ятки архітектури, музейні експозиції, архівні матеріали, мальовничі природні місця. У сукупності все це створює сприятливі умови для відпочинку та ознайомлення з історією та культурою народу. Сучасний етнічний туризм може бути як внутрішнім (наприклад, відвідування сільської місцевості міськими жителями з метою ознайомлення з архаїчними діалектами, фольклором, побутом, культурою і мовами

автохтонних народів), так і зовнішнім, який пов'язаний з відвідуванням історичної батьківщини або місць народження родичів [2].

В Україні етнічний туризм сьогодні ще не набув значної популярності. Це пов'язано з тим, що учасниками відповідних турів є люди третього віку, тобто пенсіонери. Оскільки у нашій державі ця категорія туристів подорожує набагато менше, аніж представники інших вікових груп, то етнотуризм не є таким поширеним, як інші види туризму. В Україні етнічний туризм часто називають ностальгійним туризмом, який пов'язаний з відвідуванням місця народження, місця проведення дитинства, або деякого періоду зі життя учасника подорожі. Такі тури переважно організуються для іноземців, що походять із територій, що зараз перебувають у складі України.

Україна має хороші перспективи для розвитку етнічного туризму, що базуються на багатих історико-культурних туристичних ресурсах, які включають близько 130 тис. пам'яток культури, у тому числі:

- 56 206 пам'яток археології;
  - 51 364 пам'яток історії;
  - 5 926 пам'яток монументального мистецтва;
  - 16 293 пам'ятки архітектури,
- містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні.

До регіонів, для яких характерна найбільша концентрація пам'яток культури, належать Львівська, Київська, Чернігівська, Закарпатська, Волинська області. Зважаючи на вищевикладене, можна сказати, що Україна достатньо багата на етнотуристичні ресурси. Для того, щоб сприяти розвитку етнічного туризму в країні слід підвищувати попит на цей тур-продукт, як спрямовуючи увагу туристів на історію свого краю, так і ознайомлюючи з історикокультурними пам'ятками інших регіонів. В Україні є етнографічні музеї, які і вивчають і експонують етнографічні колекції та знайомлять сучасників із процесами етногенезу, побутом і культурою різних етнічних спільнот та історичних періодів. Більшість сучасних етнографічних музеїв країни репрезентують відвідувачам тематичні експозиції традиційної культури українського народу (ужитково-побутові й мистецькі предмети XVIII – початку XX ст.) та її локальних варіантів, зібраних з усіх етнографічних земель України (Лемківщина, Бойківщина, Гуцульщина, Буковина, низинне Закарпаття, Західне і Східне Поділля, Волинь і ЦентральноСхідне Полісся, Середня Наддніпрянина, Слобожанщина, Донеччина, Надчорномор'я). Серед них Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття ім. Й. Кобринського і Косівський музей народного мистецтва та побуту Гуцульщини на Івано-Франківщині, Музей етнографії та художнього промислу Інституту народознавства НАНУ у Львові, Печенізький краєзнавчий музей та Етнографічний музей "Українська слобода" у Харківській області, Музей культури та побуту Уманщини [1, с. 41].

Останнім часом почали з'являтися унікальні «живі музеї», або їх ще називають «скансени». Це музеї з анімаційною програмою відтворення етнічної культури. Тут вражають не тільки спеціальні споруди, речі старовини, а й працівники-аніматори з професійними вміннями відтворювати середовище минулих епох. Скансени цікаві тим, що вони реконструюють стару техніку і використовують її для діяльності музею, так, наприклад, транспортні засоби минулих епох. Ці музеї відрізняються від звичайних наявністю анімаційного елемента. Особливою ознакою «живих музеїв» є традиційна кухня краю. Страви готуються з участю туристів. Першим таким музеєм в Україні став Національний історико-етнічний заповідник «Переяслав», який був створений у 1951 році на основі краєзнавчого музею. Передумовою розвитку етнотуризму в Україні є також багата різноманітність діаспор: польської, грецької, білоруської, молдавської, єврейської, угорської, румунської, циганської, гагаузької вірменської та ін.. Для Карпатського регіону характерна етнічна самобутність лемків, гуцулів, бойків. Ці етнічні групи приваблюють як вітчизняних, так і закордонних туристів своєю унікальною культурою, а саме народною архітектурою, звичаями, фольклором, кухнею. Спираючись на багатий етнічний потенціал гуцулів, туристичні фірми, розробляють етнічні маршрути такі, як «Гуцульські коломийки».

Це ознайомчі тури, які проводяться з метою відвідування гуцульських місцевостей, ознайомлення з карпатською самобутністю. Для залучення іноземних та вітчизняних туристів до української етнічної культури проводяться фольклорні свята, фестивалі. Завданням таких заходів є: - розвиток культури і культурних традицій; - пропаганда народного мистецтва, фольклорної і традиційної культури; - ознайомлення зарубіжних учасників фестивалів з фольклорною культурою українського народу; - пропаганда здобутків української культури; - зміцнення культурних зв'язків з українцями зарубіжних країн.

Розвиток етнічного туризму стає новим цікавим напрямком діяльності, попит на етнічні тури, які можуть здійснюватись у рідні місця для туристів або з метою ознайомлення з культурою певного краю, постійно зростає. Зі свого боку туристичні фірми розробляють нові краєзнавчі маршрути, для того, щоб зацікавити шанувальників саме етнічного туризму. Для залучення іноземних туристів проводяться фестивалі або різні святкові заходи. В Україні етнотуризм є новим і ще не до кінця освоєним, але попри те, набуває популярності і в майбутньому може стати одним з найпопулярніших видів туристичної діяльності, як серед молоді так і серед людей третього віку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Рожнова В. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід / В. Рожнова, Н. Терес // Етнічна історія народів Європи. – 2013. – Вип. 39. – С. 35-44.

2. Етнічний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Етнічний\\_туризм](https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Етнічний_туризм)

*Головчинська Руслана*  
викладач вищої категорії  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
м.Тернопіль

#### **НОВОВВЕДЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Проблематика нововведень і використання їх в готельно-ресторанному бізнесі є малодослідженою. Однак, економічний розвиток держави прямо залежить від розвитку підприємств, в тому числі і через використання або ігнорування інновацій. Дотепер сучасна економічна теорія пропонувала рішення цих проблем переважно для галузей галузей матеріального виробництва, не відбиваючи у цьому плані специфіки готелів та ресторанів. Враховуючи підвищений попит на послуги харчування та розміщення різних категорій людей (туристів зокрема), зокрема зростає надмірна потреба в дослідженні інноваційного розвитку з погляду організації інноваційних процесів усередині підприємства, обґрунтування критеріїв новизни у формуванні і використанні інвестиційних ресурсів. Для дослідження проблематики в розвитку сервісу готелів та ресторанів, учені визначають інновації як нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, вимагаючи структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей. За фундаментальні основи служать праці: Й. Й. Шумпетера, П.Ф. Друкера, А.І. Анчишкіна, М. Кондратьєва, М. Делягіна та ін[1].

На сьогодні, в умовах глобалізації, індустрія готельно-ресторанного сервісу в Україні не розвинена належним чином. Рівень обслуговування не відповідає світовому рівні. Вирішальну роль у забезпеченні ефективної діяльності готельних та ресторанних підприємств відіграють інновації функціонуванню яких перешкоджають різні чинники, зокрема[3]:

- відсутність досліджень інноваційного розвитку готельного та ресторанного сегментів, недостатнє вивчення процесів інвестування нововведень у системі заходів розміщення;
- мінливість нормативно правової бази у сфері інвестування, недосконала система оподаткування для інвесторів в Україні;
- нестабільність економічної та політичної ситуації в країні;
- ведення військових дій на території України;
- несприятливий інвестиційний клімат;
- несприятливий імідж через надання неякісних послуг у туристичній сфері;
- відсутність державного регулювання іноваційно–інвестиційної діяльності підприємств готельного та ресторанного господарства;
- скасування концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2020 року.

Отже, основними етапами розвитку інновацій в готельно-ресторанному бізнесі, які сприятимуть економічному зростанню України та збільшенню кількості робочих місць можна виділити: усунення недоліків у сфері надання послуг в готельно-ресторанному сегменті, підвищуючи кваліфікацію персоналу; освоєння «наявних знань» і неформальне навчання в процесі роботи; розширення пропозиції додаткових послуг і застосування нових маркетингових методів у просуванні свого продукту; використання нових форм організації роботи; створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій; використання та впровадження передових методів управління і міжнародної практики ведення бізнесу на підприємствах готельного та ресторанного господарства . а тому можна підсумувати, що готельно-ресторана справа – сегмент економіки країни із високим рівнем конкуренції, у зв'язку з чим керівництво даних закладів змушено шукати нові методи і засоби виробництва послуг, створювати таку стратегію діяльності, в яку активно «впливають» інновації, допомагаючи залучення та утриманню клієнта[2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Мельниченко С. В. Менеджмент підприємств туристичної індустрії / С. В. Мельниченко, Н. І. Ведмідь. - Київ, 2005. - 205 с.
2. Галас юк К.А., Галас юк Е.А. Оцінка інноваційного потенціалу підприємств готельного господарства /К.А. Галасюк, Е.А. Галасюк // [Електронний ресурс], - Режим доступу: [www.dspace.oneu.edu.ua](http://www.dspace.oneu.edu.ua).
3. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України / О.Г. Давидова //
  - Вісник Київського національного університету [Електронний ресурс], - Режим доступу: [www.cyberleninka.ru](http://www.cyberleninka.ru).

### **СЕКЦІЯ 3 АКЦЕНТИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

*Володимир Явний*  
студент  
ДВНЗ Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі  
Науковий керівник: *Людмила Крукевич*  
кандидат педагогічних наук, директор коледжу  
м. Тернопіль

#### **АНАЛІЗ ФІЗИКО – ФІМІЧНІЧНИХ ЗМІН В ПРОЦЕСІ МАРИНУВАННЯ М'ЯСА**

**Актуальність теми.** На сьогоднішній день стали популярними різні страви швидкого приготування, а для м'яса одним із таких способів є маринування, тому актуальність даної теми полягає в тому, щоб розкрити вплив фізико-хімічних змін м'яса і секрети маринування.

**Мета і завдання.** Метою роботи є удосконалення технології маринадів для м'ясних напівфабрикатів.

У кожній національній кухні є традиційні способи маринування. Та що там говорити, навіть у кожній родині є «секретний» рецепт приготування ідеальної страви.

Ми розповімо про те, які фізико-хімічні зміни відбуваються в процесі маринування м'яса, як замаринувати м'ясо і розкриємо декілька секретів приготування. Адже в нашій кухні м'ясу традиційно відводиться головна роль. А в світлі тренда здорового способу життя та підтримки стрункості фігури запікання та смаження на відкритому вогні — найбільш оптимальний спосіб приготування будь-якого продукту.

Маринування сприяє набуханням колагенових волокон сполучної тканини, розм'якшенню м'яса, прискорює процес смаження. М'ясо стає смачним і ароматним. Для маринування використовують ферментні препарати рослинного, тваринного і мікробіологічного походження. Завдяки їм білки сполучної тканини розщеплюються, а тканини м'яса розм'якшуються.

У приготуванні м'яса найважливішим є правильний маринад. Адже від того, як саме підготувати м'ясо до запікання, залежатиме не лише його смак, але і м'якість. Перш за все, слід запам'ятати, що для вдалого маринування необхідно використовувати:

- лимонний сік або виноградний оцет)
- приправи, без них не обійтися, саме вони надають м'ясу особливого смаку і аромату (тут Ви можете вибрати абсолютно будь-які приправи, які Вам подобаються)
- жир, аби м'ясо не було сухим (можна узяти будь-яку рослинну олію: соняшникове, оливкове, масло з горіхів)

Актуальним на сьогоднішній день є пошук природних речовин, які можуть впливати на денатурації білків сполучної тканини та покращувати органолептичні показники страв з м'ясної сировини. Найчастіше до такої сировини відносять фрукти та овочі, які можуть бути природним джерелом ферментів, органічних кислот, фенольних речовин, використання її при попередній обробці сировини дозволить підвищити якість м'ясної сировини в готовому вигляді, можливо навіть з підвищеним вмістом сполучної тканини, поліпшити органолептичні та функціонально-технологічні показники.

До такої сировини можна віднести ківі, лимон та гарбуз. Вибір сировини обґрунтовано високим вмістом дефіцитних харчових кислот, наявністю ферментів, вітамінів, мінеральних речовин, які позитивно впливатимуть на розм'якшення сполучної тканини напівфабрикатів з різної м'ясної сировини. Наявність смако-ароматичних речовин дасть можливість впливати на органолептичні показники готових виробів з м'яса.

Розглянемо деякі секрети маринування.

У якому посуді маринувати м'ясо? Запам'ятаєте головне, маринувати м'ясо необхідно в керамічному або скляному посуді. Не використовуйте для цього металеву або пластмасову посуд, інакше Ви можете зіпсувати смак і запах м'яса. Тепер потрібно визначитися, яке м'ясо Ви хочете використовувати: куряче, яловиче, свиняче, бараняче. Варіантів є безліч. Давайте вивчимо способи маринування найпопулярніших видів м'яса.

Висока щільність м'яса дичини викликає необхідність його розм'якшення шляхом попереднього маринування. Основа маринаду — розчин звичайного або виноградного оцту. На 1 л води зазвичай беруть 1 — 2 стакани 3%-го столового оцту. У розчин додають цукор, сіль, а для аромату — нарізану моркву, коріння петрушки, цибулю, часник і різні спеції. Окрім оцту для маринування м'яса дичини можна використовувати сухе вино, огірковий розсіл, сік квашеної капусти, молочну сироватку.

М'ясо заливають маринадом, аби воно було повністю покрите. Час маринування м'яса залежить від вигляду і віку дичини. Пернату дичину рекомендується маринувати до 24 год, м'ясо зайця — до 2 діб, м'ясо диких копитних тварин — до 4 — 5 діб.

Маринуванням слід користуватися обережно, не захоплюючись кількістю і набором спецій, аби не забивати властивий м'ясу дичини специфічний смак і природний аромат. Шпигують м'ясо диких копитних тварин, що готується великим шматком, м'ясисті шматки

зайця і крупну пернату дичину. Коли дрібну і середню пернату дичину готують цілою тушкою, її слід обернути тонкими скибочками свинячого сала. Можна шпигувати м'ясо диких копитних тварин і водоплавну дичину часточками часнику. Сало і часник додають блюдам з дичини соковитість і аромат.

Також можна маринувати нарізані шматки м'яса. Але якщо ви хочете замаринувати великий шматок, то повністю залийте його маринадом і перевертайте принаймні 1 раз на годину. Оскільки маринад проникає в м'ясо на глибину не більше, ніж 1-1,5 см, то великий шматок краще в декількох місцях наколоти шпигувальним ножом.

Невелика примітка для тих, хто вирішив використовувати в маринаді солодкі компоненти - мед, цукор, патоку. Перш ніж залити м'ясо маринадом, натріть його сумішшю сухих трав, свіжою зеленню і сіллю. Маринади бувають дуже різноманітні, не бійтеся експериментувати - міняйте пропорції і компоненти. Обов'язково записуйте найвдаліші поєднання. Одного прекрасного дня ви винайдете маринад, який дбайливо передаватиметься у вашій сім'ї з покоління в покоління.

Як довго маринувати м'ясо і курятину? Все залежить від того, з чим ми маємо справу. Молодих курчат маринувати треба не більше 1 години. Курячі грудинки без шкіри маринують 2 години. Телятину і пісню свинину - від 2 до 4 годин. Яловичину можна маринувати протягом доби.

Для короткострокового маринування можна залишити ємність з маринадом при кімнатній температурі. Якщо маринування вимагає більшого часу, то маринують в холодильнику. А далі можете готувати його так само, як якби воно не було маринованим (звичайно, варити не бажано), але майте на увазі, що маринад пом'якшив м'ясо, і тепер для його приготування часу знадобиться менше на чверть, а то і на третину.

Загальна порада така: чим свіже і краще м'ясо, тим менше потрібно додаткових спецій.

В кулінарній практиці є дуже багато різновидів маринадів для м'яса, що допомагає для швидкого приготування та розширення асортименту страв.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карягіна М.Ф., Юліна А.І., Петренко Т.Ф. Технологічна продукція громадського харчування: Навчальний посібник - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002.
2. Ростовський В.С. Теоретичні основи технології громадського харчування. Загальна частина: Навчальний посібник, 2006. - 200с.
3. <https://nplus1.ru/material/2018/06/09/bbq>

*УДК 65.018.*

*Білецька Олена*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Лісовська Тетяна*

*к.т.н, викладач вищої категорії*

### **ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

Роль і значення управління якістю постійно зростає в епоху розвитку технологій виробництва і потреб людини. Зростання рівня культури та освіти з кожним днем робить споживачів розбірливішими і прискіпливішими. Якість стала чинником забезпечення конкурентоспроможності виробників європейських країн. Фірми проводять активну політику у сфері підвищення якості продукції, а процеси підлягають жорсткому контролю. Для реалізації такої стратегії потрібно було введення єдиних законодавчих вимог (директив), єдиних стандартів, єдиних процесів перевірки відповідності продукції фірми вимогам ринку. У західноєвропейських країнах вироблено єдині стандарти, підходи до технологічних регламентів, гармонізовані національні стандарти на системи якості, створені на основі стандартів ISO серії 9000, введені в дію їх європейські аналоги — EN серії 29000.

Створення Європейського фонду управління якістю, що разом з Європейською організацією з якості посприяло заснуванню Європейської премії з якості, яка з 1992 р. присуджується кращим європейським фірмам-виробникам. Керуючись прагненням поліпшити якість, виробники у західноєвропейських країнах застосовували системи управління якістю, що посприяло зниженню обсягу відходів та браку, зниженню незапланованих витрат, підвищенню ефективності, що в кінцевому підсумку призводить до задоволення потреб споживача.

Одним із недоліків європейського підходу до управління якістю є те, що значна частина виробників вважають першочерговою метою – прибуток, а не якість, проте зростання прибутку за умови застосування системи управління якістю можливе, як логічний наслідок. Також серед недоліків управління якістю в європейських країнах слід зазначити недостатній рівень застосування методів підвищення якості в галузі охорони здоров'я, у сфері державного адміністрування, освіти – важливих секторах національної економіки, але які ще не зіткнулися з тим конкурентним середовищем у якому діють галузі промисловості, що виготовляють товари для реалізації на світових ринках.

Однак європейський підхід до управління якістю має й ряд своїх позитивних особливостей, тобто переваг у вирішенні проблем якості:

- гармонізація вимог національних стандартів, правил і процедур сертифікації;
- створення регіональної інфраструктури та мережі національних організацій, уповноважених проводити роботи з сертифікації продукції і систем якості, акредитації лабораторій, реєстрації фахівців з якості та ін.;
- розвиток інтеграції за стадіями життєвого циклу продукції;
- розвиток аудиту якості.

Позитивний досвід та цінні напрацювання провідних світових спеціалістів управління якістю в західних країнах в умовах ринкових відносин та в умовах економічної кризи, змушує замислитися над питаннями управління якістю в Україні. Однак, для втілення в життя концепції управління якістю в Україні необхідна адаптація даних принципів та ідей до вітчизняної практики та формування власних доопрацювань, що є завданням подальших наукових розробок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Безродна С. М. Управління якістю : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей / Безродна С. М. – Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. – 174 с.
2. Салухіна Н. Г. Управління якістю. Опор. конспект лекцій / Н. Г. Салухіна, Н. С. Ясинська. — К. : МАУП, 2007. — 144 с. — Бібліогр.: с. 140– 142.
3. Савуляк, В. В. Управління якістю продукції : навчальний посібник / В. В. Савуляк – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 91 с.
4. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник / О. Ю. Давидова. – Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. – 488 с.

*Горішна Ганна*  
*викладач-методист*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*  
*м.Тернопіль*

### **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ (ПЛОДІВ ШИПШИНИ) У ХАРЧУВАННІ**

В сучасних умовах харчування необхідно шукати нові джерела надходження різних і унікальних поєднань вітамінів, незамінних амінокислот, мікроелементів, органічних кислот, фітонцидів у невивчених або мало вивчених рослинах.



До таких рослин нашого регіону відносяться кропива, кульбаба, обліпіха, аронія, шипшина і бузина. Шипшина, завдяки високому вмісту біологічно активних речовин, цікава рослина, що використовується для виробництва дуже цінних продуктів харчування.

В сьгоднішніх умовах пандемії шипшина є незамінним джерелом у харчуванні населення.

Так, як у 100 г сухої шипшини міститься 1200-1800 мг% вітаміну С. Це 17-30 денних доз для дорослої людини вітаміну С, котрий в організмі не синтезується і є незамінним. У плодах шипшини багато провітаміну А – каротину (0,7-9,6 мг%), який забезпечує нормальну функцію очей, впливає на зріст і розвиток скелету дітей. Багато вітаміну Р, який зміцнює судини, нормалізує звертання крові, вітаміни Р<sub>1</sub>, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, які відіграють важливу роль в регулюванні функції нервової системи, обміні вуглеводів, білків і ферментів.

Плоди багаті органічними кислотами (яблучною, лимонною) і пектиновими речовинами (2-14 мг%), що нормалізують діяльність шлунково-кишкового тракту, виводять шлаки та інші шкідливі речовини, містять дубильні речовини. Олія із насіння містить вітамін Е. Оскільки до цих плодів входять пектинові речовини, флавоноїди – кварцетин, кемпферол, антоціани та ефірне масло, що містить ванілін та білкові речовини.

За кількістю та різноманітністю вітамінів шипшина значно перевищує інші рослини, вона містить в 10 разів більше вітаміну РР (цитрина).

Саме тому дані чинники зумовлюють використання даної сировини в холодних, гарячих напоях, в кондитерських виробках, мусах, желейних стравах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Винахід електронної плити. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elpat.com.ua/ua/khronograf-vinakhodiv/603-vinakhid-kukhonnoji-pliti>
2. Вікіпедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
3. Індукційна плита. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.elektrik-v-dom.com.ua/ukr/princip-raboti-indukcionoi-pliti.html>

**Ванькович Богдан**

*ДВНЗ «Тернопільський  
коледж харчових технологій і  
торгівлі»,  
м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Кедись Світлана  
викладач - методист, вищої категорії*

### **ЕВОЛЮЦІЯ КУХОННИХ ПЛИТ**

Справжні кухонні печі з каменю і глини з'явилися ще в Стародавньому Римі. Відкрите полум'я в них «приборкували» за допомогою металевих решіток, на які ставили бронзовий посуд. З тих пір кухонні плити для приготування їжі пройшли довгий еволюційний шлях, постійно розвиваючись і удосконалюючись. Звичайно, цьому передували фізичні відкриття, закони, теорії, без яких не можливий науково-технічний прогрес в усіх галузях техніки.

У 1742 році вчений Бенджамін Франклін винайшов «пенсільванський камін». Це була компактна і економічна чавунна піч, проте вона була створена для опалення, а не для приготування їжі. Будучи людиною бережливою, Франклін звернув увагу на те, що в існуючих на той час в Америці печах велика частина тепла марно виходить в навколишнє середовище. Він винайшов економну піч, для стін якої використовував чавун, оскільки він володіє високою теплопровідністю. Піч використовувалась як для приготування їжі, так і для нагрівання приміщення. Отже, йому вдалося зменшити втрати тепла, витрати пального, крім того розміри печі значно зменшились. Ця піч була одним із найпопулярніших винаходів Франкліна і до сьогоднішнього часу використовується майже у всіх країнах світу[1].

У 1800 році учень Франкліна Бенджамін Томпсон розробив чавунну кухонну плиту «Рамфорд», яка працювала на вугіллі. Згодом цю плиту удосконалив англійський інженер-винахідник Вільям Флавел. Піч Фладела мала кілька режимів готування і за розмірами цілком відповідала газовим печам середини ХХ століття. Саме з цієї плити починається історія сучасної кухонної плити. Флавел запустив у виробництво технологічно новий тип печей, що працював на твердому паливі. Плити мали кілька режимів готування і вміли кип'ятити, смажити, пекти і підігрівати страви одночасно. Головною перевагою її була економія палива і компактність. До початку ХХ століття було створено оптимальну модель на чотири конфорки. Плитам надали естетичного вигляду: виготовляли зі сталі і покривали білою емаллю.

У 1826 році Джеймс Шарп з Нортгемптона встановив у себе вдома першу газову плиту, але пропрацювала вона недовго. Через багато років з'явилася перша електроплита. Це сталося в Канаді в Оттаві завдяки Томасу Ахерну, якого називали «канадським Едісоном». Але йому не вдалося запустити конвеєрне виробництво електроплит.

Кухонна електрична плита з'явилася в будинках індивідуальних споживачів набагато пізніше - лише в ХХ столітті, коли електромережі з'явилися у багатьох будинках городян. Зробив це німецький комерсант Еміль Ратнау, засновник Німецької електротехнічної компанії. Він найняв інженерів та науковців, які виготовили в 1908 році першу повноцінну електроплиту. Її конфорки нагрівалися струмом, проте вартість її була суттєвою. Називали цю плиту «електричне опалювальне вогнище». Як на диво, придбати такий винахід захотіло чимало людей.

У США в цей час на арену кухонного приладдя вийшли газові плити. Цей вид палива був загальнодоступний і дешевий. Більшість плит отримували газ з балонів, але недосвідченість господинь часто приводила до нещасних випадків.

У 1922 році нобелівський лауреат з Швеції Нільс Дален розробив економічну газову плиту «Ага». Через сім років на кухнях Америки працювало 14 мільйонів газових плит, 7 мільйонів вугільних і лише мільйон електричних.

У 1945 році американець Персі Спенсер запатентував піч, в якій їжа готувалася за допомогою електромагнітних хвиль. Мікрохвильовки надійшли в продаж через два роки, завоювали чимало шанувальників, але заміною кухонній плиті так і не стали [1].

Після війни почався справжній бум розвитку домашніх кухонних плит у різних країнах. Заводи, що випускали військову та сільськогосподарську техніку, переобладнувалися для їх виробництва.

У 1985 році з'явилися плити зі склокерамічною поверхнею. Їх можна впізнати по галогенних конфорках, що світяться червоним світлом. У склокераміку вправленаспіраль зі сплаву підвищеного опору. Вона нагрівається приблизно за 10 секунд.

Останній винахід кухонної плиткової моди - індукційні конфорки. У них вбудований блок, що нагріває посуд індукованими вихровими струмами, що генеруються високочастотним магнітним полем [2]. Замість електричного нагрівального елемента під робочою площиною плити встановлена електромагнітна котушка. Змінюючи свій магнітний потік, вона генерує індукційний електричний струм, який і нагріває дно посудини, залишаючи робочу зону плити холодною. Для таких плит використовують спеціальний посуд, який обладнаний спеціальним магнітним дном. Сьогодні такий посуд і плита коштують недешево. І, все-таки, у неї чимало плюсів: набирає потужність майже миттєво, легко миється і витрачає мало електроенергії. Сучасні моделі оснащуються функціями програмування. Сьогодні на ринку послуг кухонного обладнання є чимало виробників індукційних плит, які користуються попитом все частіше.

#### **Список використаних джерел:**

1. Винахід електронної плити. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elpat.com.ua/ua/khronograf-vinakhodiv/603-vinakhid-kukhonnoji-pliti>
2. Вікіпедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

3. Індукційна плита.[Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.elektrik-v-dom.com.ua/ukr/princip-raboti-indukcionoi-pliti.html>

*Головчинська Руслана  
викладач вищої категорії  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль*

### **АКЦЕНТ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ХАРЧУВАННЯ НАРОДУ УКРАЇНИ**

Серед слов'янських кухонь українська по праву має статус найбільш різноманітної й багатой, вона давно одержала поширення за межами України. Найбільш відмітною рисою української національної кухні є комбінована теплова обробка овочів або м'яса на олії або маслі, «смаження» по-українському, і тільки після цього – тушіння, варення або

Українська кухня сприйняла деякі технологічні прийоми з кухонь сусідів, зокрема, обсмажування продуктів у перегрітому маслі, що властиво татарській і турецькій кухні. З німецької було запозичене мелене м'ясо («січеники»), а з угорської – використання паприки. Все це невластиве російській кухні, тому розходження двох родинних кухонь так великі.

Географічні й кліматичні умови перебування українського народу були настільки різноманітні, що дозволяли харчуватися як продуктами рослинництва, так і тваринництва. Уже під час трипільської культури (5 тис. років тому) населення цих територій знало пшеницю, ячмінь і просо. Жито з'явилося приблизно тисячу років тому, тобто значно пізніше. Розведення великої рогатої худоби, полювання й рибальство зробили меню дуже різноманітним, хоча ще до початку XIX століття м'ясні блюда вважалися в народі святковими.

Використовувалось як м'ясо домашніх (у першу чергу свиней) і диких (вепр, заєць) тварин, так і м'ясо птиці (курей, гусаків, утік, голубів, тетеревів, рябчиків) і риба (осетер, вугор, короп, лящ, лин, щука, піскар, окунь). Харчова сировина для української кухні відбиралася на контрасті зі східними кухнями, наприклад, уживання свинини в піку татарам, що люблять і почитають баранину, і росіянам, що надають перевагу яловичині.

Улюбленим і найбільш уживаним продуктом в українській кухні є свиняче сало у всіх видах. Використання його є надзвичайно різноманітним. У їжу сало вживається сирим, солоним, копченим, смаженим, вареним, тушкованим і є жировою основою більшості страв. Ним шпигують, як правило, усяке не свиняче м'ясо для додання йому соковитості, а також використовують у солодких стравах, сполучаючи із цукром або патокою.

В XVIII столітті на Україні дуже широко поширюється картопля, що використовується для готування перших блюд, других блюд і гарнірів до рибних і м'ясних блюд. Хоча цей овоч і не став на Україні, на відміну від Білорусії, «другим хлібом», однак знайшов широке застосування, і із цього часу практично всі перші блюда починають готуватися з картоплею.

Остаточно сформованою в тому виді, у якому ми знаємо українську кухню сьогодні, її можна назвати тільки у XIX ст., коли з'явилися помідори. Крім них українська кухня приблизно в цей же час сприйняла інші овочі - сині баклажани, що вважалися раніше «басурманськими» і в їжу не вживалися, а також цукровий буряк, з якого почали виробляти цукор, що значно збагатило народну кухню. Цукор став доступний більшості населення за рахунок його дешевини, що значно розширило асортимент страв, у меню з'явилися солодкі бабки, пудинги, каші. Також розширився асортимент напоїв за рахунок солодких наливок, варенух та ін.

У раціон харчування входили як зернові й продукти їхньої переробки, так і овочі в різних видах (капуста, ріпа, лук, часник).

Серед рослинної їжі перше місце споконвіків займав хліб, причому як на заквасці, так і прісний у вигляді галушок, прісного хліба з маком і медом. Із пшениці також робили не лише борошно, але й різні крупи, з яких варили кутю. В XI-XII ст. з Азії завезли гречку, з

якої почали робити борошно й крупу. В українській кухні з'явилися гречаники, гречані пампушки із часником, гречані галушки із салом і інші блюда. Використовували також пшоно, рис (з XIV століття) і бобові культури, такі як горох, квасолю, сочевицю, боби.

На другому місці були городні й дикі овочі й фрукти. Морква, буряк, редька, огірки, гарбуз, хрін, кріп, кмин, аніс, м'ята, калган, яблука, вишні, сливи, журавлина, брусниця, малина – далеко не повний перелік рослин, що споживались дуже широко.

Основними напоями були ті, які були отримані способом природного зброджування: різного виду медів, пиво, квасів й виноградні вина. В XIV ст. з'явилася горілка, а також різні настойки.

Основною гарячою їжею були рибні й м'ясні відвари з додаванням овочів під загальною назвою «юха», що в російській мові пізніше трансформувалося в слово «уха».

Отже, своєрідність української кухні виражалася в переважному використанні таких продуктів як буряк, свиняче сало, пшеничне борошно, а також у так званій комбінованій тепловій обробці великої кількості продуктів (український борщ – типовий тому приклад, коли до буряка додають ще двадцять компонентів, які відтіняють і розвивають її смак).

#### **Список використаних джерел:**

1. Старовойт Л. Я., Косовенко М. С., Смирнова Ж. М. Кулінарія. — Київ: Вища школа, 2011 р.— С. 253.
2. Клиновецька З. Страви й напої на Україні. — Київ — Львів. 2012 р. — С. 52-54.
3. Українські страви. — Київ: Державне видавництво технічної літератури УРСР, 2000 — С. 245-252.
3. Шалімов С.А., Шадур О.А./ Сучасна українська кухня.— 4-те вид., стереотип.— К.:Техніка, 2010.— 271с., іл. Тираж 200 000 прим.
4. інтернетресурси

*Чаплій Аліна*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м.Тернопіль,*

*Науковий керівник: Хлисту́н Неоніла*

*кандидат біологічних наук, доцент*

### **НЕБЕЗПЕЧНІ РЕЧОВИНИ У ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ, ЩО ШКОДЯТЬ ЗДОРОВ'Ю ЛЮДИНИ**

Людина, як і всі живі організми, тісно пов'язана з навколишнім середовищем своїми фізіологічними потребами: потребою дихати, їсти та пити. Безпечність та якість продуктів харчування є необхідною умовою для раціонального харчування та забезпечення здоров'я населення. Сучасні технології виробництва харчової сировини з використанням генетично модифікованих організмів, антибіотиків, засобів захисту рослин, мінеральних добрив, забезпечують здешевлення продукції, але їх вплив на організм людини, враховуючи синергізм, не завжди відомий. Тому формування екологічної безпеки продуктів харчування є необхідним для збереження генофонду населення України.

Харчові продукти можуть бути забруднені хімічними речовинами, небезпечними мікроорганізмами та їх токсинами, паразитами. Причому забруднення може відбуватися на будь-якій стадії виготовлення харчової продукції. Існують наступні види забруднень харчової продукції.

**1. Забруднення нітратами.** У ранніх овочах найбільший вміст нітратів, тоді як добова норма нітратів становить 5 мг на 1 кг маси тіла людини. В організмі людини нітрати перетворюються на нітрити, зв'язуються з гемоглобіном крові, утворюючи метгемоглобін, що призводить до кисневого голодування[1].

**2. Забруднення радіонуклідами.** Потрапивши в організм людини з продуктами харчування радіонукліди здатні викликати мутації та володіють канцерогенним ефектом. Найбільш чутливі щитовидна залоза, кістковий мозок, молочні залози, статеві органи[3].

**3. Забруднення пестицидами.** На сучасному етапі розвитку сільського господарства у розвинутих країнах використовується біля 1000 найменувань пестицидів. Отруйність пестицидів насамперед залежить від дози та способу потрапляння в організм людини. Високі дози пестицидів викликають гострі отруєння та важкі наслідки для здоров'я людини. Серед пестицидів є канцерогенні, нейротоксичні та тератогенні речовини і їх використання суворо регламентується законодавством [1, 2].

**4. Забруднення важкими металами.** У продукти харчування солі важких металів можуть потрапити при використанні забрудненої сировини, недотриманні технології виготовлення або контакті продукції з обладнанням. Найбільш небезпечними з важких металів є арсен, ртуть, свинець, кадмій, мідь[1, 3].

**5. Біологічне забруднення.** Найбільш небезпечними є патогенні мікроорганізми, що псують продукти харчування. Але паразитарна безпека, особливо риби та м'яса, також є актуальною. Особливе місце у біологічній безпеці займає забруднення продуктів харчування гризунами, які часто є переносниками важких інфекційних хвороб [1].

**6. Хімічне забруднення.** До цієї групи належать антибіотики, гормональні препарати, харчові добавки, консерванти, отрутохімікати та ін. Споживання таких продуктів викликає алергічні реакції, хронічні захворювання, здійснює канцерогенний та мутагенний ефект.

Отже, здоров'я нації залежить від якості продуктів харчування і безпечність харчових продуктів потребує посиленого контролю з боку держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бозуленко О.Я., Бозуленко О.Ю., Турубарова-Леунова Н.А. Безпека товарів народного споживання як складова забезпечення здоров'я людини / Економіка та управління підприємствами.-2020.-С31-35.
2. Кірілеско О.Л. Технологія, управління якістю та екологічна безпека харчових виробництв: навчально-методичний посібник / О.Л.Кірілеско, І.Р.Лошенко.-Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2009.-363 с.
3. Сирохман І.В. Сучасні проблеми безпечності і якості харчових продуктів. Огляд / І.В.Сирохман // Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча.- 2014.- Вип.14.-С. 168-171.

*Клим Ольга*

*ДВНЗ “Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі”*

*м. Тернопіль*

*спеціаліст вищої категорії*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ БЛОКУЮЧОЇ ДІЇ ЗАСВОЄННЯ НУТРИЄНТІВ ЇЖІ І ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ**

Антихарчові речовини їжі. За А.А. Покровським до групи антихарчових речовин відносяться деякі сполуки природних харчових продуктів, які не є токсичними, але блокують або гальмують засвоювання нутрієнтів. Такими сполуками є антиферменти, антивітаміни, сполуки, що блокують засвоєння окремих амінокислот і демінералізуючі речовини.

Антиферменти – це білки, які гальмують активність деяких травних ферментів (пепсину, трипсину, а-амілази). Ці антиферменти містяться в сирих бобових культурах, пшениці, житі, ячному білку та в інших продуктах. Під час термічної обробки антиферменти денатурують, втрачаючи свою активність. Тому негативний вплив антиферментів спостерігається при тривалому вживанні “сирої” їжі.

Антивітаміни – сполуки, які є антагоністами окремих вітамінів. Вони здатні видаляти вітаміни з комплексних сполук із ферментами, через що вітаміни втрачають свою каталітичну активність. Антивітамінами аскорбінової кислоти є ферменти оксидоредуктази (аскорбінатоксидаза, поліфенолоксидаза, пероксидаза та ін.). Ці ферменти найактивніші в нейтральному середовищі, у кислому – малоактивні, їхня активність зростає під час нарізання плодів і овочів. Оксидоредуктази інактивуються при тепловій обробці рослинних продуктів понад 60 – 70 град. С. Аскорбінова кислота руйнується також під дією хлорофілу при низькій кислотності середовища (рН 5,0). Це явище характерне для салатів із зеленої цибулі і інших зелених овочів, якщо їхня кислотність досить низька. Таким чином, з метою запобігання руйнування аскорбінової кислоти доцільно вживати плоди і овочі і цілому вигляді.

Вітамін В<sub>1</sub> руйнується під дією ферменту тіамінази, що міститься в сирій рибі. При зловживанні харчовими продуктами, багатими на ортодифеноли, біофлавоноїди (чай, кава) зростає ризик виникнення гіповітамінозу В<sub>1</sub>. Доведено також, що при тривалому кип'ятінні кислих ягід і фруктів тіамін перетворюється на окситіамін, який виявляє антивітаміну дію до вітаміну В<sub>1</sub>.

Сирі яйця містять протеїн - авідин, який є антивітаміном біотину, бо авідин з біотином утворюють сполуку, яка не засвоюється організмом. Та після теплової обробки авідин втрачає антивітаміну властивість.

Відомо, що для синтезу ніацину необхідна кислота триптофан. Обмін останньої порушується при надмірному вживанні продуктів з високим вмістом лейцину (пшоно), а також індоліоцтової кислоти та ацетилпіридину (кукурудза). Тому тривале харчування кукурудзою, яка містить вищезазначені сполуки та бідна на триптофан, може спровокувати авітаміноз РР.

Ретинол руйнується внаслідок тривалого нагрівання та під впливом гідрогенізованих жирів. З метою його зберігання застосовують помірну теплову обробку та нормують споживання маргаринів.

Кальциферол інактивується під дією речовин, що містяться у квасолі. Природу цих речовин не досліджено, їхня антивітаміну властивість втрачається після теплової обробки.

Підвищена кількість полінасичених жирних кислот в раціоні харчування зумовлює нестачу в організмі вітаміну Е. Активність токоферолу втрачається під впливом ще не досліджених компонентів квасолі, сої, несприятлива дія яких зникає після теплової обробки.

Засвоєння та нормальний обіг деяких амінокислот (в основному лізину) блокується редукуючими вуглеводами, які утворюють з амінокислотами меланоїдини. Надмірний вміст лейцину в їжі блокує обмін триптофану в організмі.

До демінералізуючих факторів відносяться такі сполуки, як щавлева кислота, фітін, деякі баластні речовини, таніни, сірковмісні речовини. Вони здатні зв'язувати двох і трьохвалентні макро- і мікроелементи, в результаті чого утворюються незасвоєвані сполуки.

Щавлева кислота шпинату, щавлю (де її вміст становить 10% сухої речовини) гальмує засвоєння кальцію. Демінералізуюча дія фітину, що міститься переважно в бобових, висівках, у деяких крупах, зменшується в результаті теплової обробки.

Кофеїн кави сприяє виведенню з організму не лише натрію, а й кальцію та магнію, через це рекомендоване помірне вживання кави. Як вже зазначалося раніше, засвоєння кальцію залежить від його співвідношення з фосфором, який в значних кількостях міститься в більшості продуктів масового споживання. Саме тому в щоденний раціон харчування необхідно включати продукти, багаті на легкозасвоєваний кальцій: молоко, кисломолочний сир, тверді сири та інші кисломолочні продукти.

Баластні речовини висівок чорного хліба, багатьох круп, овочів і плодів дещо знижують засвоєння заліза. Збагачення раціонів аскорбіновою кислотою, природними джерелами цистеїну, засвоєного заліза, кальцію, фосфору зводить до мінімуму

несприятливі дії баластних речовин на засвоєння заліза в організмі людини. Встановлено також, що дубильні речовини чаю при надмірному вживанні утворюють хелатні сполуки із залізом, які не всмоктуються в тонкому кишечнику. Однак треба зазначити, що вищеперечислені фактори не впливають на засвоєність заліза, що міститься в м'ясі, рибі, яєчному жовтку.

Доведено, що сірковмісні сполуки хрестоцвітих (капусти білокачанної та цвітної, кольрабі, редису), деяких бобових, арахісу (при надмірному вживанні) блокують засвоєння йоду в організмі.

З метою запобігання несприятливої дії антихарчових компонентів їжі на організм людини, з одного боку, доцільно застосовувати теплову обробку окремих рослинних продуктів, які містять у сирому вигляді лектини, антиферменти, антивітаміни; з іншого боку, необхідно чітко регламентувати режими та умови технологічної обробки, а також об'єми споживання харчових продуктів, які є джерелами антихарчових властивостей сполук.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пасальський Б.К. Хімія харчових продуктів: Навч. посіб. – К.: КДТЕУ, 2017. – 247с.
2. Klatsky A., Morton C., Udaltsova N., Friedman G. Coffee, Cirrhosis, and Transaminase Enzymes, Arch Intern Med. June 2016;166:1190-1195 <http://archinte.ama-assn.org>

***Власюк Наталія***

*студентка*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м.Тернопіль*

*Науковий керівник: **Гаврилюк Галина***

*викладач вищої категорії,*

*викладач-методист*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ ЧАЮ ТА ЙОГО ВПЛИВУ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ**

Чай - рослина довговічна, живе й плодоносить протягом 100 і більше років. Батьківщиною чайної рослини вважають Південно-Західний Китай (Юньнань) і прилеглі до нього райони Верхньої Бірми і Північного Індокитаю (В'єтнам). Всесвітньовідомими є п'ять високогірних плантацій, що дають чай вищого гатунку. Вони розташовані на висоті 1500-1800 м над рівнем моря. У Китаї –це Юньнань і Фуцзянь, в Японії – Уджі, в Індії – Дарджилінг, Нілріс, Казіранта, у Шрі-Ланці –південна частина острова Цейлон.

Чай у традиційній українській кухні з'явився порівняно недавно. Здавна в Україні пили заварені трави звіробою, материнки, чебрецю, м'яти, листя й цвіт суниці, пелюстки шипшини й троянди, липовий цвіт, свіжозрізані гілки вишні, малини, смородини й сливи. Чай з'явився у нас у другій половині ХІХ ст., а в ХХ ст. і в міському, і в сільському населення чаювання стало повсякденним явищем.

Смак і аромат напою залежить від умов зростання чайної рослини, віку пагона, умов збирання чайного листя й характеру їх обробки. Сортів чаю усього чотири: зелений, жовтий, червоний та чорний.

Який же хімічний склад чаю?

Чай є унікальною рослиною, що несе в собі величезний спектр різних речовин, що роблять, при правильному вживанні, відчутний вплив на організм людини. Над вивченням його хімічного складу теж трудяться вже більше півтора століть. І якщо в кінці минулого століття вважали, що чай містить 6-7 основних речовин, а 15 років тому загальне число

виявлених у чаї хімічних речовин і з'єднань складало 130, то нині їх близько 300. Отже, чай це складна за своїм хімічним складом рослина.

У свіжому листі чаю є дубильні речовини, алкалоїди ( кофеїн, теофілін, теобромін, ксантин, аденін, гіпоксантин, ізатин та ін.), флавоноїди, ефірні олії, білкові речовини, амінокислоти, органічні кислоти, вуглеводи, глікозиди, пігменти, пектинові речовини, аскорбінова кислота, вітаміни групи В, вітаміни Р, РР,К, мінеральні солі, макро- та мікроелементи.[2]

Свіжозрізане зелене листя чаю, суха чайнка, чайний напій мають різний хімічний склад. Не всі речовини свіжого листя залишаються в сухих чайнках після фабричної обробки (зав'ялювання, скручування, ферментації, висушування й сортування). З чайнок у гарячий напій і настрій переходять лише розчинні у воді речовини. Масова частка екстрактивних, тобто розчинних у воді, речовин становить від 30 до 50 %. Зелені чаї містять більше розчинних речовин, ніж чорні – від 40 до 50%.

Розглянемо хімічний склад найважливіших груп розчинних речовин чаю, їх функції у напої та настої, а також фізіологічний вплив на організм людини.

Дубильні речовини є важливою групою речовин у чаї. Це суміш понад трьох десятків поліфенольних сполук (поліфенолів), танінів і катехінів, названі сполуки сполучають високу біологічну активність. Вважають, що чим більше в чаї дубильних речовин, тим вища якість напою. Зазвичай масова частка дубильних речовин у чайних флешах становить від 15 до 30%, а в чайному напої – від 10 до 18%. Таніни чаю – це в основному естери глюкози та фенолокіслот. Таніни надають чаю приємного терпкого смаку. Вміст танінів у зелених чаях майже вдвічі вищий, ніж у чорних. Катехіни є похідними гетероциклічної сполуки флавану. Катехіни надають напою певного кольору. У результаті довгого стояння катехіни, як і інші дубильні речовини, полімеризуються, через це настій чаю темнішає.[ 2]

Таніни й катехіни регулюють проникність кровоносних капілярів, збільшують пружність їхніх стінок, сприяють утриманню та кращому засвоєнню організмом вітаміну С (аскорбінової кислоти). Крім того, катехіни нормалізують життєдіяльність захисної кишкової мікрофлори й запобігають розвитку гнилісних процесів у травному тракті. Катехіни чаю, особливо зеленого, виявляють не лише бактерицидну дію, але й здатні зв'язувати та виводити з організму шкідливі речовини. Настій зеленого чаю на другий і особливо на третій день після виготовлення вбирає більше мікробів, ніж свіжозварений. Настій зеленого чаю вживають як профілактичний засіб, а в комплексі з іншими ліками він набуває лікувального значення в разі захворювання на дизентерію, коліти, ентероколіти, диспепсії. Катехіни зеленого чаю діють і як радіопротектори. Вони зв'язують і виводять з організму Стронцій-90, запобігаючи проникненню його в кістковий мозок. Зелений чай застосовують для профілактики онкологічних захворювань.

Ефірні олії надають напою аромату. Вони містять понад 500 хімічних сполук, хоча масова частка їх незначна – лише 0,02. Під час переробки листя втрачається від 70 до 80% ефірних олій, але при цьому утворюються нові. Вони мають запах троянд, меду, ванілі, цитрусових, бузку, кориці тощо. Вважається, що саме суміш такого асортименту ароматичних речовин створює неповторний «букет» чаю. Більшість з них здатна легко вивітрюватися не лише за підвищеної температури, але й у разі неправильного зберігання або неправильного заварювання чаю. Ось чому збереження цих речовин у чайному напої значною мірою залежить від нас самих.[1]

Суттєвими компонентами чаю є алкалоїди. Це гетероциклічні сполуки ( кофеїн, теофілін, теобромін та ін.). Серед алкалоїдів найвідоміший є кофеїн, або, як його називають у складі чаю, теїн. У чистому вигляді кофеїн – гіркі на смак кристали, що не мають запаху; t плавл.=235-237°C. Він добре розчиняється в гарячій воді. Чаї високої якості, що виготовляються з перших листочків, містять більше кофеїну, ніж вироблені з грубої сировини. Ось чому пресовані чаї, в яких кофеїну практично немає, народи Бурятії, Калмикії, Монголії п'ють у великих кількостях, а казахи й туркмени надають перевагу другому і навіть третьому гатунку чорного чаю, в яких масова частка кофеїну дуже мала, але які містять багато танінів і пектинів, важливих для запобігання шлунково-кишковим



захворюванням в умовах Середньої Азії. Слід зазначити, що кофеїну міститься значно більше в чайному листі, ніж у зернах кави.

Кофеїн зумовлює стимулюючі й тонізуючі властивості чаю. Він збуджує центральну нервову систему та посилює діяльність серця, є стимулятором дихання. Кофеїн підвищує кров'яний тиск, розширює судини головного мозку, печінки, нирок, посилює діурез. Зважаючи на характерні властивості кофеїну, що зумовлюють його сильну фізіологічну дію на організм, вживання чаю корисне в разі занепаду сил і виснаження, стомлення, зниження розумової активності.

Білки і вільні амінокислоти - важливі складові частини чайного листа, масова частка цих речовин становить 16-25%. Найбагатші на білки зелені чаї, особливо японські. Найкращий зелений чай має запах риби, бо в ньому міститься велика кількість білка. А щоб позбутися «рибного» запаху, китайці ароматизують зелений чай п'ятизірковим жасмином, зовсім не схожим на той, що росте на Україні. У складі чайного напою виявлено 17 амінокислот.

Пігменти (хлорофіл, ксантофіл, каротин) надають забарвлення чайному настою: від світло-зеленого до темно-оливкового та від жовтуватого й рожевого до червоно-коричневого й темно-бурого. Хлорофіл міститься переважно в зеленому чаї, а ксантофіл і каротин – у чорному.

До складу чаю входить корисні для людини сполуки Феруму, Магнію, Мангану, Натрію, Калію, Силіцію, Кальцію, Флуору, Іоду, Купруму, Ауруму, Фосфору. Високоякісний чай містить смолисті речовини, що затримують вивітрювання аромату. Органічні кислоти (щавлева, фумарова, лимонна, яблучна, піровиноградна, бурштинова та ін.) підвищують харчову і дієтичну цінність чаю, надають чаю різні відтінки смаку.

Пектинові речовини забезпечують чаю збереження – вони покривають чайний лист тонкою желеподібною плівкою, охороняючи від зайвого намокання й псування.

До складу чаю входить велика кількість вітамінів. Серед них – вітаміни А(ретинол), В<sub>1</sub>(тіамін), В<sub>2</sub>(рибофлавін), В<sub>15</sub>(кальцій пантотенат), РР(нікотинова кислота), С(аскорбінова кислота), К<sub>1</sub>(філохінон). Але основний вітамін чаю – вітамін Р(рутин), що є капіляррозміцнювальним засобом.

Для виготовлення високоякісного й смачного напою потрібно два компоненти – якісні сухий чай і вода. Вода не повинна мати жодних, навіть незначних, сторонніх запахів. Найкращими вважаються вода джерельна не мінералізована, вода гірських річок з кам'янисто-піщаним дном або текучих льодовикових озер. Водогінну воду краще використовувати попередньо відстояну протягом доби або пропущену крізь фільтр. Заварювати чай треба водою, яка допіру закипіла, а не тією, що вже одного разу кип'ятилася. Під час кип'ятіння вода втрачає кисень, і це погіршує смак та аромат чаю. Не рекомендується кип'ятити воду за допомогою електронагрівача. Найкраще це робити в емальованому, з нержавіючої сталі або з вогнетривкого скла чайнику на повільному вогні. Чай ніколи не можна варити, а треба лише заварювати. Намагаючись штучно вплинути на чай (підвищити температуру, тиск), можна екстрагувати з нього неприємні за смаком і некорисні або небезпечні для здоров'я хімічні речовини.

Чай п'ють протягом досить короткого часу після заварювання. Гарячий чай ніколи не можна ставити на гарячу плиту, бо, хоча він стає густішим, смак та аромат майже зникають.

За китайськими переказами, що передаються від покоління до покоління, чай має 10 цілющих властивостей:

- позбавляє від головних болів і втоми;
- протверезує і допомагає позбавитися від алкогольної залежності;
- є поживним продуктом і втамовує голод (особливо — з різними ароматичними і лікувальними добавками);
- полегшує самопочуття під час спеки;
- освіжає і бадьорить;

- заспокоює, знімає стрес, жене геть тривоги, позбавляє нервозності та підвищеної збудливості;
- сприяє перетравлюванню жирної їжі;
- виводить з організму отруту, шлаки і токсини;
- продовжує життя;
- підвищує інтелект і формує самосвідомість.

Отже, можна зазначити, що чай багатий різними речовинами, що роблять, при правильному вживанні, відчутний вплив на організм людини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Хімічний склад, біологічна і харчова цінність чаю. [ Електронний ресурс]. – Код доступу:<https://studopedia.org>.
2. Шість найважливіших складових частин чаю. [ Електронний ресурс]. – Код доступу:<https://grea.com.ua>.

*Дмитришин Юлія  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
викладач спеціалізації*

#### **ВАКУУМУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

На сьогоднішній день серед технологій, які застосовують у харчовій промисловості в Україні надвичайно актуальним є питання розвитку вакуумування або вакуумної обробки.

Вакуумування полягає у обробці продукту частковим тиском. Для цієї мети використовують камерні і безкамерні вакууматори, а в якості тари застосовують пакети з бар'єрних плівок. Це дає ряд переваг:

- бар'єрні властивості для збереження аромату і смаку;
- збільшення терміну зберігання продукту;
- збереження властивостей продукту при заморожуванні;
- товарний вигляд продукту у вакуумній упаковці;
- захист продуктів і товарів в подорожах;
- компактність при зберіганні;
- приготування страв за технологією SousVide. [1]

Приготування у вакуумі для сфери ресторанного господарства не є новинкою. Насправді ще в підручниках технології 1975 року було подано відносно докладний його опис і всі переваги варіння у вакуум-апаратах. У ресторанний світ цей спосіб приготування кулінарної продукції прийшов нещодавно, і застосовують його у новій інтерпретації.

Особливі переваги вакуумного приготування полягають у тому, що він робить молекулярну структуру клітин незмінною, зменшує деформацію продуктів, надає неповторного аромату, дозволяє готувати їжу без жиру, додає їй дієтичної спрямованості завдяки відсутності кірочки.

Страви у вакуумних упаковках можуть мати гарантовано точну калорійність і харчову цінність, а отже, можна реалізувати ідею створення «здорового» меню.

Завдяки цій технології 80% продуктів можна готувати заздалегідь, гарантуючи при цьому високу якість страв. Вони не тільки добре зберігають смак і зовнішній вигляд, але й заощаджують час шеф-кухаря, залишаючи при цьому можливість для творчої реалізації. Втрати маси продуктів, приготовлених цим способом, істотно скорочуються.

Для вітчизняного ресторанного бізнесу цей метод дійсно досить новий, тому дуже важливо враховувати закордонний досвід. При високій якості й харчовій цінності готових страв, отриманих з використанням вакууму, існує небезпека мікробіологічної засіяності страви через відносно низькі температури приготування у вакуумі. Тому, застосовуючи

даний метод, потрібні ретельний контроль і найсуворіше дотримання правил санітарії та гігієни. [2]

Вакуумна упаковка продуктів харчування - це зручний, проте відносно безпечний спосіб зберігання. Відносність безпеки пов'язана з тим, що під вакуумною упаковкою можуть бути смертельно небезпечні бактерії, які убивають до чверті пацієнтів, заражених ними.

Згідно даних нового дослідження, мікроорганізм під назвою *Listeria monocytogenes*, здатний рости навіть у холодних умовах харчових рефрижераторів.

Продуктами, в яких може поселитись небезпечний мікроб є молоко, морозиво, м'які сири типу брі або камамберу, м'ясо і м'ясні напівфабрикати, сирі овочі, сира або готова птиця, сира або копчена риба.

Технічний університет Данії провів лабораторні дослідження, в котрих було визначено, що при відсутності кисню бактерія стає в 14 разів агресивнішою. В нормі, бактерія живе у кишківнику, в якому відсутній кисень, тому потрапляючи у схожі безкисневі умови вона також стає більш агресивною, пише [gigamir.net](http://gigamir.net). [3]

Харчові отруєння небезпечніші, ніж багато хто вважає. Було доведено, що отруєння залишають слід на все життя. Так, одного разу отруївшись, можна потім мучитися діабетом, артритом, нирковою недостатністю, гіпертонією, серцевими нападами і інсультами. Пошкодження нирок, наприклад, викликані потужними токсинами, що виробляються бактеріями, які провокують отруєння. Артрит викликає неадекватна імунна відповідь на патогени. Ці проблеми можуть з'явитися протягом декількох тижнів після отруєння. А ось високий тиск дасть про себе знати лише через кілька років. [4]

В подальшому вчені планують вивчити геном бактерії і особливо ті гени, котрі відповідають за агресивність бактерії, що допоможе у подальшому ефективно боротися з нею. [3]

Недивлячись на зручне використання продуктів у вакуумній упаковці, краще уникати їх використання. При можливості, купуйте їжу в звичному вигляді. Не ризикуйте своїм здоров'ям і харчуйтеся правильно.

#### Список використаних джерел:

1. Переваги вакуумного пакування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://kozakplus.ua/articles/vacuum-packing/advantages>
2. Архіпов В. В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навч. посібник / В. В. Архіпов, Т. В. Іванникова, А. В. Архіпова – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 382 с.
3. Продукты в вакуумной упаковке смертельно опасны [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.dairynews.ru/news/produkty-v-vakuumnoy-upakovke-smertelno-opasny.html>
4. Чим небезпечні продукти у вакуумній упаковці [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.unian.ua/health/worldnews/916837-chim-nebezpechni-produkti-u-vakuumniy-upakovtsi.html>

*Хомишак Інна*

*студентка*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Гаврилюк Галина*

*викладач вищої категорії,*

*викладач-методист*

## ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ДОСЯГНЕНЬ ХІМІЇ У НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЯХ ПРИГОТУВАННЯ ЇЖІ

Хімія і фізика в останнє десятиліття особливо щільно пов'язані з кулінарією. Виявляється, харчування може бути ще й оригінальним. Останнім часом все більшою популярністю користується молекулярна кухня .

Метою даної роботи було дослідити використання досягнень хімії у новітніх технологіях приготування їжі. До сніданків-обідів-вечері й решти трапез вчені вирішили застосувати науковий підхід. Адже будь-яке смаження, варка, випаровування, тобто термічна обробка продукту- це складний фізико-хімічний процес, що змінює склад того чи іншого інгредієнту. Також молекулярна кухня, базуючись на хімічній науці, використовує кілька основних прийомів, включаючи піноутворення, заморожування, дегідратацію, приготування соусів, сферифікацію, ферментування, використання заміників цукру, емульгаторів та гідроколоїдів .[3]

Молекулярна кухня – це нове слово в кулінарії. Усі про неї чули, але достеменно не знають що це. Одні стверджують, що якщо там присутні хімічні процеси, то це шкідливо. Інші, більш усвідомлені у цій справі, знають, що це приготування їжі за допомогою різних фізико-хімічних процесів і жодної шкоди організму не завдає.

Засновниками молекулярної кухні вважаються хімік ЕрвеТіс та фізик ядерник Ніколас Курті. Про такий вид гастрономії почули ще в 1992 роках і з того часу молекулярна кухня стала невід'ємною частиною багатьох відомих та дорогих ресторанів.

Молекулярна кухня - це новий підхід до приготування цілком знайомих страв, для приготування яких використовуються сучасні технологічні, фізичні і хімічні розробки. Кухарі-молекулярники додають добре знайомим стравам нові більш яскраві смакові відтінки, а також змінюють їх форми і способи подачі. При цьому вони зберігають смак і всі корисні елементи, які містяться в продуктах.[1]

Молекулярна кухня – сучасний стиль приготування їжі. Тобто, це кардинальні зміни в структурі та вигляді страв. З допомогою сучасних технологій, можна розкласти будь-який продукт на молекули та створити унікальне смакове поєднання. Вона вивчає хімічні реакції, які відбуваються в продуктах. Для цього потрібна велика кількість спеціального обладнання, хімічних сполук , що дозволяє реконструювати компоненти або створювати нові. Така гастрономія не зашкодить вашому організму, не дивлячись на велику кількість хімічних процесів, до того ж, смак страви залишиться незмінним, лише в іншому розмірі та консистенції. Страви молекулярної кухні ніколи не смажать, що однозначно є плюсом такого приготування.

З усіх ресторанних мистецтв найважливішим є мистецтво молекулярної кухні. Страви молекулярної кухні готуються не для того, щоб досита нагодувати людину, а довести всім, що приготування їжі може бути мистецтвом. Замість звичайної сковорідки та каструлі, кулінари молекулярної кухні використовують центрифугу, сухий лід, азот, вакуумне приготування їжі. А замість приправ – спеціальні компоненти, такі як агар-агар, мальтодекстрин, ксантанову смолу, лактат кальцію тощо. Завдяки цьому можна отримати з будь якого продукту піну, морозиво чи гель.

Серед способів приготування і виду страв можна виділити основні:

- еспума,
- сферифікація і желефікація,
- емульсифікація,
- вакуумна технологія sous-vide,
- низькотемпературний метод,
- використання ферменту трансглютамінази.[2].

Фішкою молекулярної кухні є так звані еспуми, простою мовою – піна. Таку піну можна отримати з різноманітних продуктів, як з овочів та фруктів, так із борщів, супів.

До прикладу, один з кухарів на гастрономічному саміті переміг зі стравою з бородинського хліба із сіллю та соняшниковою олією у формі еспуми. По суті еспума - це

соус, але він не обтяжений жирами або чимось зайвим. Як про нього говорять майстри цього виду кулінарії - це смак в невагомості.

Рідкий азот використовується для швидкої заморозки будь-яких речовин. Він має ефектний вигляд, тому існує безліч страв, які готуються перед гостями за допомогою рідкого азоту. Його використовують у приготуванні так званого «ідеального морозива», у якому не міститься жодної краплі жиру. На ложечку видавлюють невелику кульку мусу, поливають рідким азотом. Чимось схоже на безе, яке миттєво розтає в роті.

Ще одна цікава технологія - приготування на водяній бані – вакуумне приготування sous-vide. Спершу продукти запаковують у вакуумну упаковку і готують при температурі 60°. Готується страва від 6 до 72 годин. Такий спосіб приготування зберігає всі корисні елементи та надає страві насиченого смаку. Це кращий метод для маринування м'яса. Овочі і фрукти в безповітряному просторі стискаються на клітинному рівні, ущільнюються, а смак концентрується.

Використання ферменту трансклотаминази – також один із способів приготування страв молекулярної кухні. Трансклотаминаза – це лише каталізатор, який отримують за допомогою ферментації живих клітин. Він не бере участі у самому процесі готування. Це нешкідливі ферменти, які допомагають «склеювати» м'язові тканини. Яскравим прикладом цієї диво-технології є крабові палички.

Страви у вигляді гелю – не новинка для гурманів, оскільки всім здавна відомий желатин і агар-агар. Але створення їстівних гелевих сфер з будь-яким смаком, одночасно і холодних, і гарячих – це щось свіженьке. Великі виробники їжі в усьому світі давно шукали дешевий спосіб продовження зберігання продуктів харчування. Крім желатину, в середині минулого століття були відкриті альгінати – солі альгінової кислоти, смолянистої речовини, що добувається з бурих водоростей. Використовуються альгінати для виробництва желе. Пізніше був винайдений метод «сферифікації»: створення гелевих сфер з начинками, що лопаються в роті вибухом насиченого смаку.

Емульсифікація ще один спосіб приготування страв молекулярної кухні. Процес емульсифікації відбувається за рахунок поділу декількох змішуваних рідин. Однією з перших емульсій було молоко. У воді розподілені краплі молочного жиру. Даний процес використовують найчастіше для приготування оригінальних заправок для страв.

Сухий лід також є одним із елементів молекулярної кухні. Це заморожений вуглекислий газ, який при нагріванні переходить у газоподібний стан. У молекулярній кухні використовується для загострення смакових відчуттів. Подача страви із сухим льодом просто зачаровує. Якщо полити сухий лід спеціальною ароматичною сумішшю, можна змінити смакові відчуття від самої їжі.

У молекулярній кухні можна «поєднати не поєднуване»: наприклад, морозиво і оселедець, створити страву одночасно і гарячу, і холодну, мохіто у вигляді ікри, борщ у вигляді спагеті та хліб у вигляді піни.

Багато хто вважає, що страви молекулярної кухні містять багато шкідливих речовин і не підходять для здорового харчування. Але ми так можемо сказати про будь яку страву. Все залежить від того, наскільки природна сировина. В стравах молекулярної кухні не міститься барвників, консервантів, підсилювачів запаху та смаку. Використовуються природні сполуки та натуральні компоненти. А деякі страви, готуються у вакуумних пакетах на парі, таким чином, в них зберігаються всі вітаміни та корисні речовини.

Отже, справжнє поєднання кулінарії з лабораторією – це і є молекулярна кухня. На сьогоднішній день ця сучасна течія в кулінарії досягла великих успіхів і знайшла прихисток в майже всіх країнах світу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Молекулярна гастрономія . [Електронний ресурс] .-Код доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Molekulyarnakukhnya. [Електронний ресурс].- Код доступу: [webnode.com.ua](http://webnode.com.ua).

3. Молекулярна кухня: переваги і недоліки, а також вплив на організм специфічної технології приготування. [Електронний ресурс]. – Код доступу : ukr.media/food/

*Талько Вікторія*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових*  
*технологій і торгівлі», м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Краснощока Ольга*  
*викладач першої категорії*

### **ХАРЧУВАННЯ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ СПОРТСМЕНІВ**

Термін «харчування» в широкому розумінні цього слова характеризує всю суму біологічних явищ (надходження і перетворення харчових речовин в організмі), які лежать в основі забезпечення енергією і структурними речовинами будь-якої, фізіологічної функції.

Харчування - одна з основних фізіологічних потреб людини. Від нього залежить ріст і розвиток організму, його фізична і розумова працездатність, стійкість проти несприятливих факторів і, нарешті, тривалість життя.

Сучасна система підготовки спортсмена характеризується виключно високими тренувальними і змагальними навантаженнями. Сумарний річний об'єм роботи в різних видах спорту досяг 1300-1500 годин, в окремі дні проводяться 2-3 тренувальних заняття з загальними часовими витратами до 6-8 годин. Дуже великі і змагальні навантаження. Наприклад, у спортивних іграх кількість виступів досягає 70-85 на рік. Більше 100 разів стартують плавці, 150 - велосипедисти-трековики.

Такі великі навантаження є потужним фактором мобілізації функціональних резервів організму спортсменів, стимуляції інтенсивних адаптаційних процесів, підвищення витривалості, сили, швидкісних якостей і, природно, росту спортивних результатів. З іншого боку, ці ж навантаження, стимулюючи інтенсивні витрати енергоресурсів, мінеральних речовин і вітамінів в організмі спортсмена, можуть спричинити не лише зменшення працездатності, сповільнення відновних і адаптаційних реакцій, але й серйозні порушення здоров'я.

Одним із важливих принципів раціонального харчування є дотримання енергетичного балансу організму, тобто кількість енергії, яка надходить до організму з їжею, має відповідати енергетичним витратам організму. Раціональним харчування буде лише тоді, коли до організму з харчовими продуктами надходять усі поживні речовини, вітаміни та мінеральні солі в кількостях, необхідних для його нормальної життєдіяльності. Потреба людини в поживних речовинах визначається її масою, віком та рівнем рухової активності.

Різноманітність їжі ще один принцип раціонального харчування. Змішана їжа не лише покращує апетит і секрецію травних соків, що сприяє кращому її засвоєнню, але й компенсує нестачу деяких поживних речовин в окремих продуктах.

Основні принципи харчування спортсменів полягають в наступному:

1. Забезпечення спортсменів необхідною кількістю енергії, яка адекватна її витратам в процесі фізичних навантажень.

2. Дотримання збалансованості харчування щодо конкретних видів спорту та інтенсивності навантажень, тобто певне співвідношення харчових речовин в раціоні щодо виду спорту, яким займається спортсмен.

3. Вибір адекватних форм харчування (продуктів, поживних речовин та їх комбінації) на періоди інтенсивних навантажень, підготовки до змагань, змагань на відновний період.

4. Використовування окремих поживних речовин для стимуляції обмінних процесів і функцій тих органів і систем, які є найважливішими для виконання специфічних фізичних навантажень.

5. Включення в раціон продуктів і страв, які швидко перетравлюються в травному каналі, створюють відчуття ситості і не утруднюють роботу травного каналу.

6. Різноманітність їжі за рахунок широкого асортименту продуктів і застосування різноманітних прийомів їх кулінарної обробки для оптимального забезпечення організму

всіма поживними речовинами.

7. Використовування харчових факторів для прискорення нарощування м'язової маси і збільшення сили, а також для зменшення маси тіла з урахуванням вагової категорії спортсменів.

8. Вибір вірного режиму харчування (час і кількість прийомів їжі протягом доби і розподіл раціону по прийомах їжі) в залежності від режиму тренувань і змагань.

9. Індивідуалізація харчування в залежності від антропометричних, фізіологічних і метаболічних характеристик організму спортсмена, стану його травного апарату, смаків і звичок.

Однією з основних сучасних концепцій харчування є теорія збалансованого харчування. В основі цієї теорії лежить уявлення про необхідність не лише адекватного постачання енергією, але й дотримання певних співвідношень між основними поживними речовинами та між багатьма незамінними факторами їжі для забезпечення нормальної життєдіяльності. Головна роль в харчуванні належить незамінним факторам їжі - це близько 24 органічних з'єднань та деякі неорганічні іони.

#### **Список використаних джерел:**

1. «Харчування спортсменів» - Б. Смолянський, Л. Шибасва
2. «Гігієнічне виховання учнів» - С. Зільман, С. Шевченко
3. «Харчування спортсменів» - А. Пшендін

*Кисляк Світлана*  
викладач I категорії  
Відокремлений структурний  
підрозділ «Фаховий Коледж  
технологій, бізнесу та права  
Волинського національного  
університету імені Лесі  
Українки  
м. Луцьк

### **СУЧАСНА КУЛІНАРІЯ – ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ**

Здорове харчування — це харчування, яке забезпечує ріст, нормальний розвиток і життєдіяльність людини, що сприяє зміцненню її здоров'я та профілактиці захворювань. Дотримання правил здорового харчування в поєднанні з регулярними фізичними вправами, скорочує ризик хронічних захворювань і розладів.

Найбільш важливою з тенденцій, що впливають на ресторанну кулінарію, є загальносвітовий тренд здорового способу життя.

Правильне харчування має важливе значення для життєдіяльності здорового організму.

При правильному харчуванні важливо зосереджуватись на загальному раціоні, а не на окремих речовинах. Жоден окремий поживний елемент не зробить людину здоровою, тому потрібно дотримуватись різноманітного та комплексного харчування.

Здорове харчування передбачає гармонійне споживання білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, макро- і мікроелементів — основних речовин, які містяться в харчових продуктах.

Актуальна ресторанна кулінарія сьогодні – це полегшена кухня.

Мода на відкриті кухні також дозволяє продемонструвати натуральність і корисність страв закладів ресторанного господарства.

Загальносвітовий тренд, що набирає обертів і в нашій країні, – збільшення споживання овочів і зниження споживання жирного м'яса, перш за все свинини. Фактично сьогодні овочі витісняють м'ясні страви. Страви на основі бобових, відмінне джерело білків,

– хумус, фалафель, сочевичний суп – зараз є в меню багатьох закладів ресторанного господарства, і популярність їх продовжує зростати.

Ці тенденції впливають і на нашу сучасну українську кухню. Традиційна українська кухня багато в чому складається з висококалорійної жирної їжі, тому її осучаснення – це рух в сторону полегшення, зменшення калорійності страв. Тому в салатах у нас все більше зелені і якщо на початку їх намагалися нарізати дрібно, то сьогодні в моді велика форма нарізки, що дозволяє бачити фактуру натурального продукту. Також в нашій кухні з'являються осучаснені версії традиційних страв з використанням дієтичних і знежирених інгредієнтів – наприклад, вареники з морепродуктами, різні нові варіанти страв на основі гречки, червоного буряка, салати з додаванням насіння льону, соняшника, гарбуза, низькокалорійні кондитерські вироби, соєве і мигдальне молоко.

Новітній тренд світової кулінарії та здорового харчування — мікрозелень. Мікрогрін сприяє детоксикації організму, омолоджує клітини за рахунок вмісту в них антиоксидантів. Володіє регенераторними (відновлюючими) властивостями. Позитивно впливає на шлунково-кишковий тракт, обмінні процеси та зміцнює імунітет. В меню багатьох закладів ресторанного господарства є страви з додаванням мікрогрину – це різні салати, смузі, пасти, сендвічі, тости.

Зараз в моді легкі кондитерські вироби – мусові тістечка, низькокалорійні десерти на основі фруктів, натуральні сорбети. При цьому в деяких десертах цукор можуть замінювати на цукрозамінник, а також з'явилися такі нововведення як безглютенові десерти.

Безглютенові дієти стають все більш популярними, особливо завдяки зростанню обізнаності щодо шкоди глютену. Глютен – це група різних білків, що містяться в певних зернах. Він виконує різноманітні корисні функції у хлібних виробках, проте його відсутність не значить, що їжа несмачна.

Все це надає куди більш широкі можливості для людей, що піклуються про своє здоров'я.

На сьогодні закладам ресторанного господарства необхідно продавати актуальні страви, потрібно пам'ятати про здоровий спосіб життя, пропонувати корисну їжу – більше овочів та фруктів, горіхів, сухофруктів, мінімум олії, жирне та червоне м'ясо варто замінювати більш пісними варіантами, наприклад, курятиною, рибою чи бобовими, використовувати локальні продукти від фермерських господарств, популяризувати страви із застосуванням таких видів теплової обробки, як варіння на парі, припускання, запікання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В. В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посіб. / В. В. Архіпов, А. В. Архіпова, Т. В. Іванникова – К.: Фірма "ІНКОС", Центр навчальної літератури, 2007. – 387 с.
2. Новікова О. В. та ін. Технологія приготування їжі: українська кухня: навч. посіб. / О.В. Новікова, Л.Д. Льовшина, В.М. Михайлов. – 2-ге вид, випр. Та допов.– Харків: Світ книг, 2016. – 679 с.
3. Шумило Г. І. Технологія приготування їжі: навч. посіб. – К.: Кондор, 2006. – 506 с.

*Брегін Дмитро-Тарас*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Горішна Ганна*  
*викладач - методист, вищої категорії*

#### **ОСОБЛИВОСТІ КУХНІ НАРОДІВ СВІТУ**

Болгарія, окрім своїх природно-географічних переваг, приваблива для туристів і своїми пікантними стравами. По набору продуктової сировини, переліку прянощів та



приправ, які входять до складу ряду страв, болгарська кухня дуже близька до національних кухонь інших країн Балканського півострову, колишньої Югославії, з країн СНД – регіональної кухні Закавказзя.

Будучи в своїй кулінарній культурі спадкоємицею Візантії, болгарська кухня стала однією з ведучих країн світу в області кулінарного мистецтва. Кухня Болгарії зросла на багатстві кулінарних традицій як вітчизняних, так і іноземних, комбінуючи їх таким чином, що дозволяє говорити про унікальність рецептів та страв. [1]

Особливості болгарської кухні пов'язані з її історією. Розмаїття болгарської кухні ґрунтується на більш ніж 1300-літній історії країни і особливостях прадавнього кочового життя племен. У тісному контакті з турецькою та грецькою болгарська кухня сформувалась як індивідуальна і часом, екзотична. Баниця, кебапчета, імамбаяда являються типовими турецькими стравами, це кулінарні запозичення часів османського панування.

Одна з головних особливостей православної кухні Болгарії - широкий асортимент вегетаріанських страв. Багато страв болгарської кухні відзначаються гостротою та ароматом завдяки широкому застосуванню прянощів та приправ. Про Болгарію звичайно говорять як про овочеве царство.

Кухня Греції – одна з самих стародавніх у світі. Кулінарні традиції цієї кухні формувались протягом значного проміжку часу – більше 3500 років. Основні принципи кулінарних традицій Греції споконвіку непорушні до цих пір. Насамперед їжа для греків – це перш за все хліб, вино і оливи. По-друге, трапеза – не просто процес поглинання їжі. Це є важливий ритуал, під час якого крім насичення та смакування різних страв ведуться бесіди, обговорення якості страв та їх інгредієнтів з переходом у розмові від гастрономічних тем до самих філософських. [2]

Тобто споживання їжі в Греції супроводжує особлива психологічна атмосфера. Традиційна, місцева грецька кухня бере свій початок від арабської та турецької. Хоча слово "традиційна" дещо умовне, так як грецька кухня поєднує страви самого різного походження. Взагалі принцип пікілії, тобто строкатості, розмаїття у всіляких аспектах супроводжує грецьку культуру, а значить і кулінарію, з часів античності.

Кухня Італії відома у світі як одна з самих оригінальних та "артистичних". Італійська кухня простіша, чим французька, в ній менше вишуканості, зате вона ґрунтується на сезонних продуктах.

Італійська кухня останнім часом стала дуже популярною в багатьох країнах. Щоб зрозуміти всі тонкощі італійської кухні і особливості італійського ринку, треба дещо знати з її історії. Цілісна Італія – держава досить молода, їй всього коло 100 років. Тому особливістю кухні є її регіональні відмінності і віддання окремих переваг певним продуктам та стравам не тільки по регіонах, а й в окремих містах Італії. Так, традиційна кухня Неаполю відрізняється від кухні Венеції і т.д.

Взагалі, страви півдня Італії відрізняються від тих, що готуються на півночі країни. Північна кухня більш ситна, в ній частіше використовується м'ясо і вершкове масло. Традиції народної кухні в Італії дуже сильні, в багатьох ресторанах страви готують по рецептах, відомих ще з епохи пунічних війн, і дуже цим пишаються, в той час як все більше популярний у світі "фаст-фуд" в цій країні не в честі. [3]

В основному італійська кухня складається з комбінації овочів, злаків, фруктів, риби, сирів та м'яса, приготовлених на оливковому маслі чи приправлених ним. При цьому основа кухні не м'ясо, а скоріше – сир. Страви в Італії здебільшого гострі та пряні.

#### **Список використаних джерел:**

1. «Колекція найкращих кулінарних рецептів» - О.А. Альхабаш, М.Ю. Мазюк.
  2. «Технологія приготування їжі» - Г.І. Шумило.
- «Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства» - О.В. Новікова, Л.О. Радченко

*Головчинська Руслана*

## **АНАЛІЗ КУХОНЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ**

Європейська кухня - найпоширеніша на сьогоднішній день по всьому світу. І не дивно, адже вона включає в себе найпопулярніші, кращі страви не однієї країни, а всієї Європи - Франції, Англії, Італії, Бельгії, Німеччини, Австрії та інших.

Особливістю європейської кухні можна назвати використання соусів і великої кількості страв з овочів. Європейці, на відміну від східних народів, значно менше використовують приправ, спецій і всіляких прянощів, щоб зберегти смакові якості самих продуктів. Також особливістю європейської кухні є те, що кожний прийом їжі передує, так званий, аперитив. Це невелика кількість алкоголю, яке вживається перед їжею і сприяє порушенню апетиту і поліпшенню травлення.

Європейська кухня приділяє велику увагу холодних закусок, бутербродів. Їх значення для харчування високо оцінені фахівцями. Холодні страви знаходять широке застосування для сніданків, вечері, закусок. З погляду харчового значення їх застосування значно розширилося.

У овочах і фруктах міститься більше кількість вітамінів і мінеральних речовин. Мистецтво бутербродів належить до вишуканих гастрономічним делікатесів. Бутерброди асорті служать прекрасним доповненням до салатів, зелені, овочів. Для салатів пропонуються вишукані бутерброди канапе. Чудовими поживними якостями володіють зерниста ікра, краби.

На сьогоднішній день європейська кухня - одна їх найактуальніших кухонь світу. Вона нескінченно різноманітна, настільки, наскільки різноманітне кількість переваг, смаків і темпераментів народів світу.

Італійська кухня характеризується широким асортиментом макаронних виробів. До них подається масло, тертий сир, а також різні соуси. При приготуванні страв та салатів використовується оливкова олія. Як гарнір подаються різні овочі, у тому числі пряні. Італійці охоче їдять страви з натурального м'яса, м'ясні страви з соусами, страви з різних нерибних морепродуктів (краби, омари, лангусти, восьминоги, каракатиці та ін), люблять сир, маслини свіжі фрукти, горіхи, фініки, бісквітні торти і тістечка, морозиво, чорну каву. Після десерту їдять сир і п'ють чорну каву.

Французька кухня відрізняється різноманітністю страв, що готуються різними способами з різноманітних продуктів і споживаних невеликими порціями. При приготуванні страв використовуються сухі та напівсухі вина, коньяк, лікер, різноманітні соуси. Французи люблять страви з м'яса (підсмажені злегка), риби, продуктів моря, страви і гарніри з овочів, омлети. Особливе місце відведено салатів зі свіжих і консервованих овочів, з м'ясним салатом, з птиці і дичини. Салат з капусти, помідорів і огірків, зелений салат подають окремо до других страв. З перших блюд широко поширені прозорі супи. Національним блюдом є сир, гарячим напоєм - кавою. Дуже популярні страви з морської і прісноводної риби, а також з таких продуктів моря, як устриці, креветки, лангусти, морські гребінці. З м'ясних страв воліють біфштекс зі злегка підсмаженої скоринкою і майже сирі всередині; з інших м'ясних страв дуже популярно рагу під білим соусом. З перших блюд дуже улюблені суп-пюре з цибулі-пореею з картоплею і цибульній суп, заправлений сиром.

Австрійська кухня відрізняється великою різноманітністю страв зі свинини, телятини, яловичини, птиці, дичини, риби. Популярні різноманітні овочі, особливо капуста, картопля, найчастіше у відвареному вигляді. Широко розповсюджені кисломолочні продукти, бутерброди, страви з яєць.

Ковбаски з кислою капустою та картоплею. Головна австрійська м'ясна страва — відомий віденський шніцель — засмажений у сухарях великий шматок м'якої телятини,

неодмінно покриває край тарілки, подається з овочевими салатами. Ще один символ віденської кухні — смажена курка «бакхун», а також кайзерівський омлет (скоріше навіть легкий пиріг із збитих яєць) «кайзершмаррн», відварена яловичина з хрінном та яблуком «тафельшпіц», філе форелі, локшина з сиром «касноккен» та сирний суп, короп по-сербськи, в'ялена шинка, аналог італійської «пасти» — «нокерль» і ніжна гусяча печінка. Безліч страв готується з квашеної капусти, наприклад галушки з кислою капустою «кротспатцн», печеня «хоарне й стнидей» і багато гарнірів. В Австрії також печуть дуже смачний хліб, який, на відміну від інших країн Європи, обов'язково присутній на столі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2011.
2. Архіпов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навчальний посібник. – К.: Фірма «ІНКІОС» , Центр навчальної літератури, 2010.
3. Архіпов В.В. Організація обслуговування в ресторанного господарства: навч. пос.[ для студ. вищ. навч. закл.] - К.: Центр учбової літератури , 2011.- 342с.
4. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підручн. для ВУЗів / За ред. проф. Н.О. П'ятницької. – К.: Київ. Нац. Торг.-екон. ун-т, 2010.
5. Мостова Л.М., О.В. Новікова Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник.-К.: Ліра-К, 2010.-388с.
6. інтернет ресурси.

*Талько Вікторія*

*ДВНЗ “Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі”*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Клим Ольга  
спеціаліст вищої категорії*

### **ОБГРУНТУВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ВЛАСТИВОСТЯМИ ЖИРІВ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯМ У ХАРЧОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ**

На сучасному етапі розвитку суспільства кожна людина розуміє, що її здоров'я та довголіття безпосередньо залежать від їжі, яку вона щоденно вживає. Ідея покращення здоров'я населення шляхом створення умов для раціонального здорового харчування отримала офіційне визнання в Україні. У 1992 році уряд України підписав Всесвітню декларацію по харчуванню.

Мета даної пошукової роботи полягає в обґрунтуванні зв'язку між властивостями жирів та їх використанням у технологічних процесах, оскільки, порівняно з іншими продуктами жири мають найвищу калорійність і є основним джерелом енергії. Енергетичні витрати людини забезпечуються за рахунок жирів приблизно на 33%. Разом з тим жири виконують інші функції - беруть участь в пластичних процесах організму людини, а також захищають його від впливу зовнішніх факторів, є біологічно цінними продуктами харчування.

Жири - це ефіри - гліцериди, що складаються з гліцерину на 10 - 16 % і жирних кислот на 84 - 90%. Гліцерин не впливає на негативні властивості гліцеридів. Різноманітність фізико - хімічних властивостей жирів обумовлені жирними кислотами, які входять в склад гліцеридів, їх якісним складом, розміщенням в молекулі гліцеридів. Високомолекулярні насичені кислоти мають тверду консистенцію, нелеткі і не мають запаху. Ненасичені жирні кислоти рідкі і мають різний степінь ненасиченості або кількість подвійних зв'язків між атомами вуглецю: олеїнова — один; лінолева - два; ліноленова - три; арахідонова - чотири.

Ненасичені жирні кислоти лінолева, ліноленова, арахідонова вважаються незамінними, біологічно цінними, особливо лінолева. У сукупності ці кислоти утворюють вітамін Р. Вони позитивно впливають на обмін вітамінів груп В, С, Р, Д і холестерину в організмі людини.

Найбільшу вітамінну активність має арахідонова кислота.

Олії, порівняно з тваринними топленими жирами, вважаються біологічно - цінними і краще засвоюються, в них більше рідких ненасичених, в тому числі незамінних біологічно - цінних жирних кислот.

Барвні речовини - каротиноїди, хлорофіл надають жирам певного забарвлення особливо не рафінованій олії. Бета — каротин є вітаміноподібною речовиною, провітаміном жиророзчинного вітаміну А. каротин і ксантофіл біологічно активні і виконують антиоксидантну функцію. Нерафінована олія має вищу біологічну цінність, ніж рафінована, з якої барвні речовини вилучають.

Жири володіють рядом спецефічних властивостей:

1) усі жири мають маслянисту консистенцію. Масляниста консистенція рідких та твердих жирів обумовлює специфіку їх зберігання, яка виявляється у виборі оптимальної тари, яка не дозволяє молекулам жиру проникати крізь пори матеріалу, з якого виготовлена тара. 2) температура плавлення жиру визначається процентним вмістом твердих ненасичених кислот. Температура плавлення визначається жиром - кислотним складом. Температура застигання на 5 - 10 С нижча від температури плавлення. Тугоплавкі жири (баранячий, воловий) використовують тільки після теплової обробки. Страви, які містять тугоплавкі жири подають тільки гарячими.

Олії і жири з температурою плавлення близькою до температури тіла людини, використовують у сирому вигляді. Жири відрізняються гарною засвоюваністю, що залежить від сорту і консистенції жиру. Краще засвоюються рідкі жири і жири з більш низькою температурою плавлення.

3) температура димоутворення - це максимальна температура, яку може витримати жир, не згоряючи. Для кулінарних жирів температура димоутворення становить 230 С. вище цієї температури жир згоряє, утворюючи велику кількість акролеїну. Акролеїн, що утворюється у вигляді білої пари, має різкий неприємний запах смаженого сала. Акролеїнова проба є якісною реакцією на жири.

Температура затвердіння жирів на 5 - 10% нижче їхньої температури плавлення. На властивості жирів плавитися ґрунтується використання їх у чистому вигляді та у вигляді продуктів переробки.

Серед тваринних топлених жирів найвищу біологічну цінність має свинячий жир, бо в ньому міститься більше незамінної лінолевої кислоти (9,4%), вітаміну Е (6мг%), він має найнижчу температуру плавлення 33 - 46С, і добре засвоюється на 90-96%.

Для жирів характерна здатність до емульгування, тобто утворення з водою емульсії.. Багато продуктів харчування є емульсіями: молоко, вершкова олія, маргарин, майонез, морозиво... Емульгування жиру викликає помутніння м'ясних бульйонів. Здатність олій утворювати емульсії використовується у виготовленні косметичних кремів на жировій основі, при жируванні хутряних шкурок шкіри.

Фахівці охорони здоров'я почали боротися із зайвою вагою своїх співгромадян ще на початку 50-х рр. ХХ ст. Рецепти для перемоги у цій боротьбі були простими: менше їжі і більше руху. Лікарі радять стежити за своїм індексом маси тіла (ІМТ), який є об'єктивним показником вагового статусу людини

Отже, продукти харчування - це важливий біологічний фактор забезпечення життєдіяльності людини, росту організму, здоров'я, працездатності, творчої активності всіх вікових категорій населення, попередження старіння та різних захворювань...

#### **Список використаних джерел:**

1. Геваза ЮЛ., Буряк В.Ю. Хімія та методи дослідження сировини та матеріалів: Навч. посіб. - К.: КНТЕУ, 2003.
2. Клос Є.С., Ковальчук Л.О., Фарбей Г.А., та інші. Хімія й основи технології виробництва продуктів харчування. В 4-х част. Ч.П.- Львів.: ЛНУ, 2000.-180 с
3. Стандарт ДСТУ 4487:2005.- К.: Держспоживстандарт України. - 2006.
4. Інтернет ресурс. [www.health-ua.org/article/health/349.html](http://www.health-ua.org/article/health/349.html)

*Шунта Надія*  
*студентка*  
*ДВНЗ Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі*  
*Науковий керівник: Кундрат Стефанія*  
*викладач вищої категорії,*  
*викладач-методист*

## **ОСОБЛИВОСТІ СТАРОДАВНЬОЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ**

Стародавня українська кухня – це приклад споживання здорової їжі, все більше до якої повертаються сучасники. Основним народним харчуванням були круп'яні, борошняні та овочеві страви. А вживання м'ясо-молочних продуктів регламентувалося постами – періодами утримання від вживання скромної їжі (м'яса, молока, яєць).

Людину від народження до смерті, у будні і свято супроводжував хліб. Саме в українському селі можна побачити, як випікається у дров'яній печі домашній хліб, вироблений за стародавньою технологією з житнього борошна з пророщеного зерна. А потім куштувати гуртом цю смакоту з хрусткою скоринкою. В Україні поширеним було випікання святкового печива: жайворонків, гальопи, паски, хрестців, жиляників, миколайчиків, баришні, калити, коників, короваю, лежня.

На столі наших пращурів неодмінно святковою стравою були також з різними начинками пироги: солодкі і солоні. Пироги на Поділлі називалися варениками, готували їх і в свято, і в будень. З різних сортів борошна (гречаного, вівсяного, пшеничного, житнього) також готували млинці. Сьогодні вони екзотичні, а колись поширені страви стародавньої української кухні як кваша, джур є різновидом рідкої каші, звареної з різних сортів борошна.

Найпоширенішими повсякденними стравами у селянській кухні були борщ та каша. У кожному селі був свій рецепт борщу, та обов'язковими інгредієнтами цієї страви, яка вважається внеском українців у світову кулінарію, були картопля, буряк, квасоля, капуста, цибуля, морква, часник. Пісні борщі готувалися на грибному та рибному відварах, скромний борщ готували з м'ясом або затовкували його салом. Влітку борщ варили з щавлем, лободою, кропивою.

Також улюбленими стравами були крупники, кулеші, юшки. Їх можна було легко приготувати козакам, на польовому стані, чумакам в дорозі. Каші готували з гречки, пшона, ячменю.

У свіжому вигляді вживали молоко сквашеним (кисляк, простокваша), пряженим (топленим у печі), з пряженого молока готували ряжанку. Цінними харчовими продуктами були масло та сир, під час посту їх зберігали присоленими, масло топленим. Ряжанка з домашнього молока, топленого в печі, зі скоринкою та неперевершеним ароматом, нагадує дитинство, проведене у селі в бабусі.

Наші пращури у їжу також вживали жири рослинного та тваринного походження. З насіння конопель, соняшника, льону, рапсу били олію, яку додавали до страв. Найбільш уживаним з тваринних жирів були сало, жир, смалець.

З м'яса споживали яловичину, свинину, баранину, м'ясо кіз, птиці. Заборонялося їсти м'ясо удавленої тварини, конину, на побутовому рівні нехтувалася церковна заборона на вживання в їжу крові. Кров'яні ковбаси (кров'янку) з гречаною кашею, шматочками м'яса та сала і досі готують до християнських свят. Найулюбленішими і поширеними м'ясними стравами були печеня, ковбаси, ковбик, холодець (драгли).

Влітку з ягід та фруктів варили компоти, взимку був улюбленим напоєм компот із сухофруктів-узвар. З меду варили хмільний напій – мед, який був ритуальним напоєм на цехових зібраннях, братчинах, храмових святах. Традиційні алкогольні напої – наливки, настоянки готували, настоюючи на меду фрукти, ягоди, для міцності додавалася горілка.

Українську кухню люблять у всьому світі. Особливо, її фірмові страви. Звичайно ж, це борщ, вареники, сирники, пампушки, копчене або солоне сало. Основні способи приготування – це відварювання і запікання. Справа в тому, що з давніх-давен головним атрибутом для приготування їжі була піч. У ній варили каші, картоплю, борщі, тушкували м'ясо і випікали хліб.

Незважаючи на різноманітність домашньої худоби, а також дичини і риби в лісах і річках, м'ясні страви вважалися святковими. У звичайні дні подавали страви з овочів, тіста і молочних продуктів. Саме тому овочеві страви і різноманітна випічка так сильно розвинені в українській кухні. Рецепти з овочів включають в себе велику кількість інгредієнтів, завдяки чому є дуже смачними й незвичайними.

Також окреме місце в українській кухні займає картопля. Її відварюють, запікають з салом, подають зі шкварками або зеленню, з нею готують пироги та вареники, деруни, зрази. Вона, нарівні з хлібом і кашами, є одним з головних гарнірів в українській кухні.

Не дарма українська кухня так популярна в усьому світі. Вона щедра, багата, різноманітна. У кожному рецепті відчувається українська душа, відображається наш менталітет і гостинність, сердечне тепло, з яким в українців прийнято зустрічати гостей.

Наш народ має багату культуру, величезний скарб якої складається з цінностей, надбаних багатьма поколіннями. З прадавніх часів до нас ідуть настанови та життєва мудрість, щодо способу життя. Вони закладені в українських звичаях, обрядах, фольклорі, адже в них - світосприймання та світовідчуття нашого народу. У них пояснюються та обґрунтовуються взаємини між людьми, цінність духовної культури окремої людини і народу взагалі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андрющенко С., Железняк С. Звичаї нашого народу. Страви української кухні: Вид. Генеза, 2019-192с.
2. Доцяк В.С. Українська кухня: 4-е вид. К.: Ігнатекс – Україна, 2013.-568с.:іл.
3. Івченко З. Готуємо по-українськи: Вид. Урбіно, 2018-160с.

**Яценюк Володимир**  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль

Науковий керівник: **Лисиканич Ольга**  
викладач - вищої категорії

### **ОСОБЛИВОСТІ ХАРЧУВАННЯ ПРИ ЗАНЯТТЯХ ФІЗИЧНОЮ КУЛЬТУРОЮ І СПОРТОМ**

Здоров'я — найцінніше, що ми маємо. Його не можна купити ні за які гроші. Здоров'я треба загартовувати та зберігати. Формування здорового способу життя залежить тільки від нас самих, наших переваг, переконань і світоглядів.

У наш час науково-технічної та промислової революції за людину майже все роблять машини, позбавляючи її рухової активності. Основна доля фізичних навантажень припадає на фізичну культуру та спорт, на який в нас як завжди можливості, часу, сил, бажання тощо не вистачає. Звідси і слабке здоров'я, і в'ялість, і хвороби, і ожиріння та інші недуги.

Здоровий спосіб життя можна охарактеризувати, як активну діяльність людей, що направлена передусім, на збереження та покращення здоров'я. При цьому необхідно врахувати, що здоровий спосіб життя людини та сім'ї не складається сам по собі в залежності від обставин, а формується протягом життя цілеспрямовано та постійно. [1]

Формування здорового способу життя є головним важелем первинної профілактики в зміцненні здоров'я населення через зміну стиля та укладу життя, його оздоровлення з

використанням гігієнічних знань у боротьбі зі шкідливими звичками, гіподинамією та подоланням неблагополучних сторін, пов'язаних з життєвими ситуаціями.

Перший закон — рівновага енергії, що отримується та витрачається. Якщо організм отримує енергії більше, ніж витрачає, тобто якщо ми отримуємо їжі більше, ніж це необхідно для нормального розвитку людини, для роботи та хорошого самопочуття, — ми набираємо зайву вагу. Зараз більше третьої частини нашої країни, включаючи дітей, має надмірну вагу. Причина одна — надмірне харчування, що в результаті приводить до атеросклерозу, ішемічної хвороби серця, гіпертонії, цукрового діабету, цілого ряду інших недугів.

Другий закон — харчування повинно бути різноманітним і забезпечувати потреби в білках, жирах, вуглеводах, вітамінах, мінеральних речовинах, харчових волокнах. Багато з цих речовин незамінні, оскільки не утворюються в організмі, а надходять тільки з їжею. Відсутність хоча б одного з них, наприклад, вітаміну С, приводить до захворювань і навіть смерті. Вітаміни групи В ми отримуємо головним чином із хлібом із борошна грубого помелу, а джерелом вітаміну А та інших жиророзчинних вітамінів є молочна продукція, риб'ячий жир, печінка.

Їжа є одним із важливих аспектів для тих, хто регулярно займається спортом. Знання того, що їсти до, під час і після фізичних навантажень, безпосередньо впливає на самопочуття і, звичайно, на фізичну працездатність. [2]

Перш ніж знати, що їсти, нам слід знати, що ми будемо практикувати, оскільки поняття фізичної активності відрізняється від поняття фізичних вправ, і це повністю заважає дієтичним вимогам. Хоча фізична активність характеризується будь-яким позаплановим рухом тіла, що породжує енергетичні витрати, наприклад, вигул собаки на вулиці або миття автомобіля, наприклад, вправи (плавання, біг тощо) спрямовані на підвищення фізичної витривалості та навичок двигун.

Правильний режим харчування має важливе значення для збереження здоров'я, підтримання високої працездатності, профілактики захворювань органів травлення. Приймати їжу рекомендується у певні години, тоді виробляється умовний рефлекс, органи травлення посилюють секрецію, сприяючи покращенню апетиту і засвоєнню продуктів. Правильний режим харчування (розподіл прийняття їжі впродовж дня) сприяє кращому її засвоєнню, збереженню відчуття ситості і не дає надмірно перевантажувати органи травлення. [3]

#### **Що їсти перед фізичними навантаженнями:**

Однозначно потрібно їсти перед фізичними навантаженнями, тому що це дасть максимум користі від тренувань. Недостатній прийом їжі перед тренуванням може призвести до запаморочення, неміцності, нудоти або млявості. Це також може змусити вас травмувати себе. І навіть якщо нічого з цього не відбудеться, пропуск їжі може негативно вплинути на продуктивність і зменшити досягнення. Відсутність вуглеводів паралельно з фізичними навантаженнями може спричинити втрату м'язової маси, ранню втоми, зниження працездатності. [4]

**Під час фізичних навантажень** - для тренувань, які тривають менше однієї години, рекомендується 200 мл води кожні 20 хвилин вправ. Якщо фізичні вправи перевищують одну годину, рекомендується приймати від 50 до 100 мл води кожні 20 хвилин і додавати від 30 до 60 г вуглеводів для поповнення м'язового глікогену, для поліпшення працездатності та затримки втоми.

**Після фізичних навантажень** - відразу після фізичних навантажень важливо, щоб енергія, витрачена під час вправ, відновлювалась. Тому в цей час повинні бути присутніми і продукти, що містять вуглеводи, в даному випадку в нецілих варіантах (білий хліб, білий рис, фрукти, мед тощо), які швидше забезпечують нас енергією. Крім того, ми також повинні їсти продукти, що є джерелом білка, такі як знежирене молоко та йогурти та пісні сири, оскільки ця поживна речовина відповідає за відновлення та регенерацію м'язів. Після занять спортом харчування необхідно організувати так, щоб не було великої перерви у часі (більше 45 хвилин) між тренуванням і наступним прийомом їжі.

### **Не забувайте пити багато води. Зволоження має важливе значення!**

Не має значення час . До, під час і після вживання води дуже важливо для будь-яких фізичних навантажень. Для гарної роботи нам не слід забувати пити воду, тому що, коли ми робимо фізичні вправи, втрачаємо багато рідини через піт. Навіть коли ми не спрагнемо, наше тіло вже може потребувати води. Більші витрати енергії під час тренувань збільшуються потреба у зволоженні, тому потрібно пити воду. При організації харчування – цього важливого засобу відновлення розумової та фізичної працездатності людини – потрібно враховувати всі сторони взаємодії їжі та фізичного навантаження. Здоров'я значною мірою залежить від кожного з нас. Їжа до, під час та після фізичних навантажень є ключовим фактором для оптимізації фізичної працездатності, відновлення та надмірної компенсації м'язів. [5]

### **Список використаних джерел:**

1. Загальна гігієна / за заг. ред. Є. Г. Гончарука. — К. : Вища школа, 1995. — 552 с.
2. Корзун В. Н. Гігієна харчування : підручник / В. Н. Корзун. — К.: видавничий центр КНТЕУ, 2003. — 236 с.
3. Ципріян В. І. Методика оцінки харчового статусу людини та адекватності індивідуального харчування : учбово-метод. посіб. / В. І. Ципріян, Н. В. Велика, В. Г. Яковенко. — К. : [б.в.], 1999. — 60 с.
4. Тутельян В.А. Оптимізація харчування спортсменів: реалії та перспективи / В.А. Тутельян, Д.Б. Никитюк, А.Л. Поздняков. // Вопр. харчування. –2010. –Т. 79, №3. –С. 78-82.
5. Смоляр В.И. Рациональное питание / В.И. Смоляр. — К.: Наукова думка, 1991. –367 с.

***Шпигун Микола***

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,  
м. Тернопіль*

*Науковий керівник: **Горішна Ганна**  
викладач - методист, вищої категорії*

### **СУЧАСНІ НАПРЯМКИ КУЛІНАРІЇ В РЕСТОРАНАХ ТЕРНОПОЛЯ**

Сучасне ресторанне господарство – це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається, незважаючи на світову пандемію. У всьому цивілізованому світі галузь є однією із найбільш сприятливих різних видів малого бізнесу. Між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів. [1].

У сучасних умовах кулінарія набула високого рівня розвитку та досягла статусу кулінарного мистецтва за рахунок багатьох факторів: зростання споживчого попиту, випуску нової кулінарної продукції, використання сучасних інноваційних технологій, високого інтелектуального рівня особистості та суспільства. Основними елементами сучасного кулінарного мистецтва виступає фьюжен кулінарія та молекулярна кухня.

Фьюжен – це симбіоз кількох культур не тільки в одній кухні, але і в одній страві. Він увібрав у себе все краще з кулінарних традицій Сходу і Заходу. Або несподіване, але гармонійне поєднання смаків, стилів, інгредієнтів та кулінарних традицій таких популярних кухонь світу, як французька, італійська, китайська, японська, мексиканська та інше.

Суть молекулярної кулінарії полягає в тому, що в процесі приготування використовуються новітні технології і досягнення молекулярної хімії, що дає можливість отримати страви незвичної консистенції та оригінальних смакових якостей. Головні прийоми цієї кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), сферифікація (створення рідких сфер), желювання, карбонізація або збагачення вуглекислотою, вакуумна дистиляція. Особливістю молекулярної кулінарії є те, що завдяки їй можна суттєво розширити смакові якості продукту [2].



Найвідомішим практиком і популяризатором молекулярної кухні став шеф-кухар ХестонБлюменталь - засновник і власник одного з найкращих ресторанів світу TheFatDuck ("Масна качка") у Великій Британії.

У закладах ресторанного господарства м. Тернополя таких, як: дружня ресторація «Мамонт», суши-бар «Мідорі», ресторан «Parma», ресторан «GardenHall» чітко просліджується застосування сучасних форм кулінарного мистецтва. У даних закладах популярна українська та європейська кухня з осучасненням новими актуальними інгредієнтами, різноманітними оліями, соками фруктів, свіжими травами, застосовується відповідне обладнання для утворення суспенцій, емульсій, вакуумації та сувід.

Згідно з проведеними дослідженнями можна зробити аналіз, про позитивний розвиток фьюжен кулінарії та молекулярної кухні у закладах ресторанного господарства м. Тернополя. Ми можемо спостерігати, що розвиток кулінарного мистецтва зростає щороку і знаходиться у фазі розвитку.[3]

#### **Список використаних джерел:**

1. «Усе про ресторанний бізнес. Успішна робота ресторанів, кафе, барів» - А.М. Беляєва
2. «Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства» - О.В. Новікова, Л.О. Радченко.
3. М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич, Ресторанна справа, Київ «Центр учбової літератури».

*Мучинська Ольга  
викладач спец. дисциплін  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
м. Тернопіль*

### **АЛЬТЕРНАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАЧИНОК ДЛЯ ПІЦЦІ**

Проаналізовано переваги пі церій як закладу ресторанного господарства. Досліджено технологію приготування піци та асортимент начинок як складової її популяризації для різних категорій населення.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що пі церії є одним із найпопулярніших закладів ресторанного господарства в Україні, які динамічно розвиваються, причому середньорічні темпи зростання за різними оцінками становлять від 20 до 30% [1].

Метою дослідження було проаналізувати технологічний процес приготування піци та дослідити асортимент начинок до піци.

Незаперечною умовою товарної політики піцерії є висока якість піци та її відмінний смак, але шанувальникам пікантного і вишуканого смаку, в першу чергу, подобається начинка. Рецепти страв достатньо сильно відрізняються між собою, що зумовлено широким асортиментом складових [4]. Піца – це гастрономічний шедевр, смак якого не повинен бути монотонним, змінюючись у міру споживання продукту ( сирний, томатний, пряний, маслиновий і тощо). Смак одного компонента не повинен перебивати смак іншого.

Упродовж багатьох років піца змінювалась і набувала різних форм. В наші дні існує велика кількість способів приготування тіста для піци, рецептів з застосуванням різної кількості і сорту сиру, а також різних комбінацій начинок. Ці варіанти отримали особисті назви в залежності від виду начинки, тіста або місця походження піци.

Популярність піци зумовлена ще і простотою приготування. Для неї можна використовувати продукти, яких не вистачає для окремої страви, вона вносить різноманітність у меню, дає можливість красиво та апетитно сервірувати столи. До того ж піца підходить для будь – якої системи харчування. Адже її можна приготувати як

калорійну ( з м'ясом, рибними продуктами, яйцями, сиром), так і майже дієтичну ( зі свіжими овочами, зеленим салатом, знежиреним сиром, фруктами). Піца тим і вирізняється від інших страв, що готуючи її, можна дати волю фантазії і перетворити процес приготування в творчість [3]. Інколи навіть використання для начинок, здавалось би непоєднуваних інгредієнтів, можуть перетворити піцу на справжній шедевр. Залежно від начинок і способів приготування відокремлюють кілька видів піци:

1. Неаполітанська.
2. Піци різних країн і народів світу (з традиційними начинками або тістом).
3. Фокачча- без начинки ( використовується замість хліба).
4. Кальцоне – закрита піца ( начинка знаходиться всередині і не сохне).
5. Десертна (солодка).

Піцу розрізняють за товщиною тіста: тонка («Сицилійська»), товста («Бруклінська»), та листкова. Традиційна форма піци – кругла, також існують прямокутні («Римська») та закриті («Кальцоне») варіанти. Як правило, італійську піцу готують на тонкому тісті і тільки із продуктів, які поєднуються між собою. При приготуванні американської піци використовують усі інгредієнти, які є під рукою. Наприклад, в італійську піцу ніколи не покладуть папероні, а в американську можна додавати будь-які складники.

Тісто повинно бути хрустким, повітряним і легким. Класичне тісто для піци готують з борошна, натуральних дріжджів або закваски, солі і води. Додавання олії або масла - спірне питання. Наприклад, у традиційній неаполітанській піці її немає. Разом з тим, багато хто, додає у тісто для італійської піци оливкову олію, а для американської – іншу рослинну.

Приготування піци залежить від тіста: тонке «сицилійське» тісто розкочують скалкою а «бруклінське» дріжджове- вручну, щоб зробити краї пухкими. Втім більшість вважає, що будь-яке тісто слід розкачувати вручну, оскільки воно вбирає теплоту рук піцайоло та стає смачнішим. Деякі піцайоло підкидають тісто у повітря – так воно формується і насичується киснем.

Класичну піцу випікають у спеціальній дров'яній «помпейській» печі. Вона має форму зведення у вигляді півсфери, куди потрапляє жир від вогню і нагріває уже всю піч. У «помпейській» печі піца готується усього 90 секунд. У електричній приготування займає близько 10 хвилин.

Смакові якості піци залежать від начинки. Рецепти страви достатньо сильно відрізняються між собою. Якщо говорити про види італійської піци то найоригінальніший смак притаманний неаполітанській, до складу якої входять морепродукти – мідії і анчоуси, що надають страві пікантного смаку.

У найпростішій класичній піці «Маргарита» - це основа і соус з помідорів та часнику, орегано і оливкової олії. Не надто відрізняється і «Маргарита» з помідорами, «Моцареллою», базиліком, шинкою, грибами і артишоками, оливками і оливковою олією. Інша популярна піца – «Дявола» - включає помідори й ті ж самі сири, базилік і салямі. До складу відомої вегетаріанської піци під назвою «Ортолана» входять помідори, цукіні, баклажани, гриби, артишок і зелень.

Для ароматизації використовують, як правило, майоран ( в сухому виді-орегано) або прованські трави, а також зелень укропу, петрушки, сальдерею. В кулінарії існує чимало способів для надання страві більш витонченого смаку. Всі ці способи знайшли своє відображення в різних рецептах піци, але нема необхідності точно слідувати класичним рецептам. Розраховуючи на свій смак і фантазію, можна винаходити різноманітні рецепти піци, придумуючи різні начинки, доповнюючи меню новими видами цієї страви [2].

Багато народів розробили свої національні варіанти піци. В Індії до неї додають маринований імбир, фарш із баранини і соєвий сир. У Японії їдять піцу з вуграми і кальмарами, у Пакистані – з гострим карі. Мешканці Коста- Ріки віддають перевагу піці з кокосами, а бразильці – піці із зеленим горошком.

У США розробили рецепт піци оздоровчої направленості, яка збагачена харчовими волокнами. Пребіотична основа для піци містить екстракт агаві і 12 типів злаків,

включаючи гречку і амарант. Це дозволить сучасній людині включити в свій раціон інулін і клітковину в максимально зручному і звичному вигляді – у вигляді піци.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аветисова А.О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку/ А.О. Аветисова. [Текст]// Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. - №28.-С 117-123.
2. Ганина Н.Р. Пицца. Пицца и хлеб с соблазнительными пікантними начинками (Текст)/ Н.Р.Ганина.-М.:»Менеджер»,2005.-С.164.
3. З.Осадча І.М. Секрети піци(Текст)/І.М. Осадча .-К.: «Кондор»,2007.2007.-С.46-57,
4. Ростовський В.С. Теоретичні основи технології громадського харчування [Текст]навчальний посібник / В.С.Ростовський.-К: «Кондор»,2006.-200с.

*Яцишин Ольга*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

*м.Тернопіль,*

*Науковий керівник: Хлисту́н Неоніла  
кандидат біологічних наук, доцент*

#### **ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ**

XX та XXI ст. ознаменувались визначними досягненнями науково-технічного прогресу, здатними радикально змінити життя людства. Сьогодні саме біотехнологія стрімко виходить на перший план науково-технічного прогресу. Цьому, з одного боку, сприяє бурхливий розвиток сучасної молекулярної біології та генетики, а з іншого боку – гостра потреба в нових технологіях, здатних поліпшити стан здоров'я людей, а головне – ліквідувати нестачу продовольства, енергії та мінеральних ресурсів. За прогнозами науковців, населення Землі вже до 2025 р. може досягти 8,5 млрд, для чого необхідно подвоїти виробництво харчового білка, збільшити виробництво злаків до 3 млрд. тонн на рік. Багато людей у країнах, що розвиваються, могли би вижити, якщо б краще харчувалися[1].

Питання про перспективи використання генної інженерії при вирощуванні сільськогосподарської сировини продовжує викликати серйозні суперечки серед дослідників і широких верств споживачів, адже відсутня впевненість у безпечності нових технологій. Якщо нові лікарські препарати проходять тривалі випробування в рамках доказової медицини, перш ніж стати доступними для споживача, то ГМ-продукти потрапили до споживача без цього попереднього етапу, оскільки для оцінки віддалених наслідків впливу нових речовин на організм, особливо дитячий, потрібні спостереження, як мінімум протягом 50-ти років. На жаль, спроби людства перемогти природу, крім очікуваних позитивних наслідків мають і непередбачувані наслідки, які часто нівелюють значення перших. Маніпуляції з генами здатні збільшувати вміст природних токсинів у харчових продуктах у сотні разів. Вбудовані гени мають здатність комбінуватися з генами інших вірусів, що веде до появи більш небезпечних вірусів, зростає резистентність до антибіотикотерапії, зростає імовірність мутацій чужорідних генетичних вставок, ризик алергічних реакцій та онкопатології. Внаслідок передавання генетично модифікованими рослинами своїх властивостей близьким видам, виникають стійкі до гербіцидів бур'яни [4].

На політичному рівні розуміння важливості біорозмаїття визріло в 1992 році, коли в Ріо-де-Жанейро більшість країн світу підписали Конвенцію про біологічне різноманіття, частиною якої є єдиний міжнародний документ з регулювання ринку ГМО у світі – Картахенський протокол про біологічну безпеку. Його основна мета – встановити

міжнародні правила щодо безпечного перевезення, обробки та використання організмів, які можуть мати несприятливий вплив на збереження і стале використання біорізноманіття, з урахуванням ризиків для здоров'я людини. Про можливу шкоду ГМ-продуктів уперше було заявлено у 2000 році. Тоді була опублікована заява вчених світу про небезпеку генної інженерії. В Євросоюзі був заборонений продаж ГМО з використанням генів, стійких до антибіотиків. Зважаючи на це у 2002 році Верховна Рада України прийняла Закон «Про приєднання до Картахенського протоколу» [2,3].

На міжнародній конференції, присвяченій темі ГМО, експерти Всеукраїнської екологічної ліги виразили думку, що несанкціоноване поширення таких продуктів – небезпечний експеримент над населенням і ґрунтами України. У світі по-різному ставляться до проблем ГМО. Є країни де широко культивують і використовують генетично модифіковані культури, зокрема в Китаї, Індії, Японії, країнах Латинської Америки, США. Більшість країн Євросоюзу категорично обмежує ввезення та використання ГМО. Від генетично модифікованої продукції відмовилося понад 130 країн світу[1, 4].

#### **Основні етапи створення ГМО:**

- Отримання ізольованого гена;
- Введення гена у ДНК-вектор;
- Перенесення вектора з геном в організм, що модифікують (процес трансформації);
- Експресія генів у трансформованій клітині;
- Відбір (селекція) трансформованого біологічного матеріалу (клону) від нетрансформованого.

#### **ПЕРЕВАГИ використання ГМО**

##### **1. Економічний зиск і підвищення стійкості.**

При вирощуванні ГМ-продуктів фермери можуть краще контролювати своє поле: зменшувати збитки від шкідників, перепадів температури й вологості, економити воду й енергію, тим самим знижуючи собівартість продукту. Головна мета науковців – створити дешеві продукти, лояльні до будь-якого клімату і з необхідним набором мікроелементів[4].

##### **2. Продукт із заданими властивостями, збагачення раціону.**

Стійкість до шкідників і змін клімату, підвищена врожайність, покращені смакові якості дають можливість нагодувати більше людей за ті ж гроші та якісно змінити харчування людей у бідних країнах.

##### **3. «Вирощування ліків на фермі» та нейтралізація збудників хвороб.**

Науковці навчилися добувати з ГМ-тварин рідкісні або дорогі білки, що використовують у медицині: наприклад, у ДНК вівці чи кози «вбудовують» ген, який кодує необхідний білок, організм тварини його виробляє і виділяє великими порціями разом з молоком. Перший дозвіл на такі ліки з молока трансгенної кози дали у 2009 році – це препарат, що знижує можливість утворення тромбів при хірургічних операціях під час пологів. Також нещодавно вчені створили ГМ-бактерії для малярійних комарів, які знищують близько 85-98% збудників малярії людини[1].

4. **Декоративне використання.** Це, наприклад, квіти, а також флуоресцентні акваріумні рибки .

#### **НЕДОЛІКИ використання ГМО**

1. Дослідження на щурах показали, що ГМО можуть становити небезпеку. У тварин, яких годували генетично модифікованою соєю і зерном, часто розвивалися проблеми з печінкою і нирками. Хоча результати випробувань на щурах не можна безпосередньо переносити на людей, можна зробити висновок, що ГМО можуть виявляти негативний вплив на тварин, як диких, так і домашніх[1].

2. **ГМО до цього часу не були достатнім чином протестовані.** Деякі тести ГМО проходили протягом дев'яноста днів, що не можна вважати достатнім для доказу майбутньої безпеки для людей протягом років чи навіть поколінь.

3. **Перенесення генів при генній інженерії процес більш непередбачуваний, ніж при природному схрещуванні.** У природі є захисний механізм — представники різних видів не можуть схрещуватися і давати потомство. Але з трансгенними технологіями

схрещують не тільки різні види, але і представників різних царств, наприклад, з'єднуючи гени тварин з генами мікробів або рослин. Таким чином, виникають генотипи, які неможливі в природі, і передбачити наслідки цього неможливо[1].

**4. Генетично модифіковані продукти містять нові білки, які можуть викликати алергічну реакцію у людей, навіть в тих випадках, якщо не було алергії на вихідні компоненти.**

**5. Генетично модифіковані рослини і тварини можуть схрещуватися з природними популяціями, створюючи екологічні проблеми, такі як занадто швидке зростання популяції або зникнення видів, дисбаланс між видами в природі і так далі.**

**6. Розвиток ГМО неминуче веде до розвитку монокультур, що загрожує біорізноманіттю та харчовій безпеці [4].**

Висновки вчених далекі від оптимістичних: благі наміри нагодувати величезну кількість людей не виправдовують засобів, якими це робиться. Адже пропонується їжа, що впливає на генотип людини і її здоров'я. Оскільки вплив на організм людини досконало не вивчений, тому неможливо з впевненістю зазначити користь чи шкоду даних організмів. Відсутність інформації про ГМО призводить до низького рівня усвідомлення проблеми населенням.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баласинович Б. ГМО: виклики сьогодення та досвід правового регулювання / Б. Баласинович, Ю. Ярошевська // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – К. : Видавничий дім “АДЕФ-Україна”, 2010. – 256 с.

2. Постанова Кабінету Міністрів України “Тимчасові критерії безпеки поводження з генетично модифікованими організмами та провадження генетично-інженерної діяльності у замкненій системі” від 16.10.2008 року, № 922.

3. Закон України “Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів”. – Відомості Верховної Ради України, 2007, № 35, ст. 484.

4. Матеріали міжнародної служби з комерційного застосування агробіотехнологічних культур [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/39/default.html>.

*Надал Роксолана*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Горішна Ганна*  
*викладач - методист, вищої категорії*

#### **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Ефективність діяльності сучасних закладів ресторанного бізнесу базується на використанні різноманітного устаткування. Характерна прикмета сучасного етапу економічно розвинених передових країн – інноваційний шлях розвитку, в основі якого лежить цілеспрямований процес пошуку, підготовки і реалізації інновацій. Важливим критерієм є висока культура обслуговування і конкурентоспроможність закладів ресторанного бізнесу, яка знаходиться у тісному взаємозв'язку з високою професійною підготовкою і технічною грамотністю працівників цієї галузі. Саме вона має стати основним стратегічним джерелом постійного задоволення потреб споживачів у сучасних послугах, а також підвищення рентабельності господарської діяльності. Управління інноваційною діяльністю підприємств у нових умовах господарювання потребує уточнення сфери

використання відомих критеріїв економічної ефективності інноваційних проектів і конструювання нових.

Для реалізації поставлених завдань одним із методів розвитку харчових технологій буде оптимальним шлях, який супроводжується постійним оновленням самих технологій, товарів та послуг. Удосконалення існуючих технологій харчових продуктів і створення нових є безперервним процесом.

«Щоб мати майбутнє, треба бути готовим зробити щось нове», - сказав ще 1909 року Пітер Дракер, американський спеціаліст із менеджменту. Цю тему продовжив Йозеф Шумпетер, австро-американський економіст і соціолог: «Прибуток може бути отриманий лише в результаті переваг, які дає інновація». Сьогодні у діловому світі цю тезу називають теоремою Шумпетера. Сучасний досвід дає змогу на практиці вдосконалити технології, а також дає змогу розширити кругозір для швидкого освоєння нової техніки, прийняття рішень. Важливу роль у сфері ресторанного господарства відіграє людський чинник, тому необхідно приділяти максимальну увагу управлінню та підбором персоналу. Працівники закладу повинні мати професійну підготовку, володіти знаннями та слідувати сучасним тенденціям у роботі, проходити курси з підвищення кваліфікації знань та навичок. Правильна організація роботи закладу дасть змогу створити порядок та ефективний потік процесів.

Отже, інноваційна активність підприємств в сучасних ринкових умовах стає ключовим чинником підвищення ефективності роботи галузі та посилення конкурентоспроможності харчової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Тому її розвитку приділяють особливу увагу, розглядаючи інноваційну діяльність харчової промисловості як пріоритетну і забезпечуючи істотну державну підтримку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Жмерецький О. Інновації [Електронний ресурс] / О. Жмерецький. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080/>
2. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: Монографія / За ред. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 250 с.
3. Про інноваційну діяльність : Закон України № 40-IV від 04.07.2002 р. (редакція від 05.12.2002 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
4. Антонюк Л. Л. Інновації : теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – Київ : КНЕУ, 2003. – 394 с.

*Івасько Ірина*  
*студентка*  
*ДВНЗ Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі*  
*Науковий керівник: Кундрат Стефанія*  
*викладач вищої категорії,*  
*викладач-методист*

#### **ВЕГЕТАРІАНСЬКИЙ СТИЛ – КЛЮЧ ДО ЗДОРОВ'Я**

Вегетаріанство існувало завжди. Якінайдавніші люди були вегетаріанцями. З моменту вполювання мисливцем першої тварини вегетаріанство стає чимось особливим і, пізніше, рідкісним для більшості населення. Треба відзначити, що в подальшій історії людства, аж до новітнього часу, вегетаріанство тісно пов'язано з релігійно-магічними обрядами і поглядами.

Причини, що примусили людину почати харчуватися всупереч своїй природі, очевидні: рослинність загинула під час льодовикового періоду, і людині, щоб вижити,

довелося споживати неприродну для неї їжу. Лише винайдене пізніше полювання зробило людей всеїдними.

Ймовірно одними з перших вегетаріанців в історичний час були єгипетські жерці, які не вживали м'яса з причин "магічного" характеру. Так чи інакше, жителі Давнього Єгипту одними з перших на Землі стали осілими землеробами і вже до 3000 р. до н.е. (а можливо і раніше) побудували державу з розвинутим сільськогосподарським виробництвом що створило умови для ширшого розповсюдження вегетаріанства.

Древні греки, єгиптяни та іудеї вважали фрукти основною частиною харчування. Жреці Древнього Єгипту ніколи не їли м'яса. Такі великі грецькі філософи, як Платон, Сократ і Піфагор активно виступали за вегетаріанство. Римляни в ранній період республіки також були вегетаріанцями. Солдати Цезаря харчувалися злаками, які розмелювали на ручних млинах і потім варили. Заборонялося їсти м'ясо жителям древньої Спарти.

Вегетаріанство було поширене у найбільших цивілізаціях індіанців, зокрема інків. Послідовникам древніх Вед також давалися рекомендації не вживати м'ясо.

Не так давно історики і археологи виявили ряд невідомих раніше текстів Нового Заповіту на старовинній арамейській мові, в яких описується життя і вчення Ісуса. "І м'ясо убитих звірів в тілі людини стане його власною могилою. Бо істинно говорю Я вам: той, хто вбиває, вбиває себе, і той, хто їсть м'ясо убитих тварин, їсть тіло смерті..." (Е. М. Секелі "Євангеліє світу").

В останні роки вегетаріанство набуло буквально усесвітньої популярності. Тисячі рецептів нем'ясної кулінарії щодня пропонуються нам по телебаченню, радіо, у пресі. Політики й артисти, спортсмени і вчені, люди буквально всіх професій нині захоплюються вегетаріанською кухнею і знаходять в ній користь для себе. За статистикою, на початок нового тисячоліття більше 10% населення світу - вегетаріанці; Індія - більше 80% населення, Великобританія - близько 7% населення (молодь від 11 до 18 років - 8%; не частіше ніж раз на місяць їдять м'ясо приблизно 15% населення); США - близько 5% населення.

Вегетаріанство — це спосіб життя за якого людина відмовляється від вживання їжі, яку було отримано завдяки вбивству тварин. У деяких випадках прихильники вегетаріанства відмовляються від будь-якої їжі тваринного походження взагалі.

Є такі різновиди вегетаріанства: *сироїди* (рослинна їжа без кулінарної обробки і приготування); *строге вегетаріанство* (тільки рослинна їжа); *нестроге вегетаріанство* (допущення продуктів тваринного походження окрім м'яса тварин); *лактовегетаріанці* (допускають молоко і молочні продукти); *лактоовоєгетаріанці* (окрім молока і продуктів з нього допускають ще і яйця), тощо.

Іноді вегетаріанцями називають себе і ті, хто не вживає м'ясної їжі, але допускає рибу і вироби з неї.

Причини через які люди стають вегетаріанцями є досить різноманітними. Проте кожна з них є вагома для зміни стилю життя.

Ось деякі з причин, через які люди стають вегетаріанцями:

*релігійні переконання* - (Буддизм, Індуїзм, Джайнізм, деякі напрямки християнства)

*етичні причини* - зменшення страждань тварин від сучасного промислового тваринництва збереження та/або покращення здоров'я

*екологічні причини* — зменшення забруднення навколишнього середовища та знищення природних ресурсів, алергія на тваринні продукти та не прийняття їх організмом.

Недоступність деяких продуктів тваринного походження (зустрічається найчастіше у країнах, що розвиваються з високим рівнем бідності)

***Більш детально про основні причини:***

По-перше, це здоров'я. Вегетаріанське меню, на відміну від звичайного, постачає нашому організму велику кількість вітамінів і ненасичених жирних кислот. Нестача ж цих речовин, а також жирне, багате холестерином харчування, часто призводить до різних захворювань шлунково-кишкового тракту і серцевих захворювань.

Другою і найбільш поширеною серед молодого і здорового населення причиною можна вважати гуманність по відношенню до тварин, незадоволеність сучасними методами розведення і забою худоби, птаха і лову риби. Масове виробництво, коли тварини отримують з кормом різні хімічні або гормональні добавки, призвело, на думку вегетаріанців, ще і до того, що смак і якість м'яса помітно погіршали.

Третя причина переходу до табору вегетаріанців - економія і екологія. Можливо, переконає той факт, що поле, яке засівається соєвими бобами, приносить у 30 разів більше білка, чим стадо корів, вигодуване цими самими бобами.

**Світова статистика свідчить що** за даними опитування 588 американців-вегетаріанців, проведеного Гіссенівським університетом, можна судити про головні причини переходу на вегетаріанське харчування: збереження здоров'я - 78%; етичні причини - 69%;

екологічні міркування - 35%; естетичні підстави - 28%; релігійні - 23%; філософські - 22%; економічні - 19% ; гігієнічні - 9%.

Близько 7 років тому на просторах інтернету почала поширюватись неправдива інформація, начебто вегетаріанство хворобою, а саме - психічним розладом. З часом ця неправдива інформація почала ширитися по медіа. Але це неправда!

Належним чином спланований вегетаріанський раціон харчування є здоровим, збалансованим та в багатьох випадках корисним для профілактики багатьох захворювань. Академія харчування та дієтології США підтверджує, що така дієта підходить для людей на всіх етапах життєвого циклу, в тому числі жінкам під час вагітності й лактації, немовлятам, дітям, підліткам, людям похилого віку, а також спортсменам.

На сьогодні рослинна їжа визнається як не тільки повноцінною для харчування, але також як спосіб профілактики та зменшення ризику появи багатьох хвороб. Дослідження вказують, що вегетаріанці мають нижчі ризики появи серцево-судинних захворювань, надмірної ваги та ожиріння та деяких видів раку.

Щоб бути корисною, рослинна дієта має бути дотримана ретельно та уважно. Адже це не означає просту відмову від м'яса та продуктів тваринного походження. Саме здоровий рослинний раціон (овочі, фрукти, насіння), а також повноцінна заміна тваринного білка на рослинний (бобові, соєві продукти, горіхи) сприяють зменшенню ризику появи багатьох захворювань. Якщо ж ви не їсте м'яса, втім компенсуєте це малопоживною їжею - очікувати на якісь корисні ефекти для здоров'я марно.

#### **Список використаних джерел:**

1. "Вегетарианский стол" збірник рецептур.
2. Ведичне кулінарне мистецтво (частина 1), д/ф.
3. Медкова И. Л., Павлова Т. Н. Альтернативный мир. М., "Дружба народов", 1999, стр. 59-62

<http://www.body-and-spirit.info/healthy-diet/individualizacia-regulirovka.htm>

**Гривас Анастасія**  
студентка групи 3-ХТ-ВХП-126/9  
ДВНЗ Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі  
Науковий керівник: **Кундрат Стефанія**  
викладач вищої категорії,  
викладач-методист

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ КУХНІ В РЕСТОРАНАХ УКРАЇНИ**

Китайська кухня має найстародавнішу історію і багаті традиції. Як і медицина, культура і всі сфери життя в Китаї, вона нерозривно пов'язана із стародавньою китайською



філософією. Ще в другому тисячолітті до нашої ери мудрець І Ін створив теорію "гармонізації живлення". А Конфуцій навчав прийомам кулінарного мистецтва в VI–V століттях до н.е. І сьогодні в провінції Шаньдун його рецепти складають основу конфуціанської кухні.

Кулінарне мистецтво Китаю удосконалювалося протягом століть. За 3 тисячі років свого існування воно придбало і зберегло всі ті коштовні знання і навички, що дозволяють китайським стравам вважатися одними із самих корисних і смачних. Відомий гурман Брийа-Саварен визнавав тільки 3 кухні, у число яких входила і китайська (а також французька і російська).

Незважаючи на регіональне різноманіття китайської кухні, декілька правил готування їжі залишаються загальними для всіх кухарів. У Китаї люблять говорити: "Немає поганих продуктів, є лише погані кухарі". Напевно, у цьому і полягають секрети китайської кухні. Однак є визначені правила, що кухарю варто неухильно виконувати.

Правило перше. Ретельно обробити продукти, на що іде приблизно три чверті часу, необхідного для готування страв: звільнення від кіст, сухожиль і т.п. (Якщо готують курку, те її не палять, а вискубують пера спеціальним пінцетом.) Продукти старанно миють багато разів і ріжуть їх на невеликі частини.

Правило друге. Дуже швидка теплова обробка продуктів - протягом 2-3 хвилин. Для цього використовуються сковорідки з опуклим дном і сильний вогонь. Цим досягається збереження якості продукту. Причому кожен компонент страви готується окремо. Щоб не підгоріло, використовують різного роду фритюри.

Правило третє. Широке застосування різних спецій, прянощів, соусів і т.п. Китай - батьківщина більшості прянощів. Численні види перцю, імбир, бадьян, кориця і т.зв. Майже 300 приправ застосовується в китайській кухні.

Правило четверте. Оформлення і компоновання страв по кольору, консистенції, запаху і т.п., свого роду "кулінарна екібана". Усі китайські страви завжди дуже ефектно виглядають.

Разом узяті, це і складає феномен китайської кухні, що дійсно залучає до себе і не зовсім звичайними способами готування, і достатком спецій, і оригінальністю зовнішнього оформлення блюд, і несподіваним сполученням їхніх складових частин. У Китаї, мабуть, як ні в якій іншій країні, мистецтво кулінарії доведено до досконалості; воно ввійшло в побут, звичаї, стало частиною стародавньої культури китайського народу.

Кулінарні канони Китаю жадають від кухаря, щоб їжа була не тільки смачною, але і корисною, а іноді і лікувальною. Деякі південно-китайські страви, що відрізняються особливою гостротою, розглядаються як сильні афродизіаки, що поліпшують настрій і допомагають від багатьох нездужань.

У рецептуру майже всіх страв входить безліч прямих трав (причому у визначеному наборі і співвідношенні), більшість яких є одночасно і лікарськими. Не дивно, що в стародавності професії кухаря, лікаря і фармацевта звичайно сполучалися, а дієтична китайська кухня іде коренями в ту ж сиву давнину, що і звичайна.

У Китаї вважається, що їжа людям дається небом, і розцінюється як момент прилучення до культури нації. Страви для трапези підбираються так, щоб серед них переважали рідкі і м'які страви. Трапеза починається з розкладання на тарілки компонентів. Так, на великому парадному обіді подають до 40 різних блюд, при цьому кожен, сидячий за столом, звичайно круглим, одержує піалу з прісним вареним рисом і палички "куайцзи". У центр столу ставляться загальні страви.

Сервіровка столу також дуже важливий момент традиційної китайської кухні: прийнято витримувати рівну колірну гаму (часто білу-синю), уникаючи різких колірних контрастів.

У більшості випадків, своєрідність китайської кухні досягається митецькою обробкою вихідної сировини, а не самою сировиною. Так, один з основних принципів – страва повинна складатися з маленьких шматочків, щоб під час трапези не було потрібно додаткових зусиль для оброблення готової страви на тарілці. Звідси два основних кулінарних секрети по-китайському: правильно нарізати і правильно обсмажити.

Страви китайської кухні відрізняються великим числом компонентів, причому інгредієнти для однієї страви готуються окремо, у визначеному температурному режимі. До всього іншого, кухар надзвичайно ретельно підбирає інгредієнти, вимагаючи від продуктів цілком визначених якостей.

Удавана несумісність компонентів, смаків і ароматів - ще одна особливість китайської кухні. Приклади тому численні: "свинина з ароматом риби", "яловичина з фруктовим смаком", кисло-солодкі огірки і т.д. Правильно приготовлена риба не повинна мати смаку риби, інакше незрозуміло, навіщо з нею щось робили.

Єдиної китайської кухні бути не може, ведь неможливо уніфікувати рецепти країни, розмірами переважаючої Європу. Гастрономічні звички розрізняються від провінції до провінції, часто - від міста до міста, і страва, приготовлена за традиційними рецептами, може мати абсолютно різний смак у двох сусідніх селищах.

Але все-таки є і принципова подібність, що робить китайське мистецтво готування їжі істинно китайським. Це свіжість інгредієнтів і природний смак.

Методи готування їжі у всіх регіонах приблизно однакові, нехай десь більше люблять варити і парити, а в іншому місці — смажити у фритюрі чи перемішувати на спеціальній сковороді – “вок”.

Сюди варто додати деякі приправи, що на півночі застосовують настільки ж охоче, як і на півдні. Соевий соус, прозваний злими мовами «кетчупом Сходу», є невід'ємною деталлю китайської кухні. Це не сучасний готовий соус, а продукт, що може похвастатися двохтисячорічною історією і зараз готується по древніх рецептурах. Корінь імбиру грає настільки ж важливу роль, що і цибуля-порей, ці кулінарні родичі присутні майже в кожному китайському блюді. Традиційно китайська їжа складається з двох різних елементів: “fan” і “cai”. “Fan” - це рис, вермішель, хліб чи інші продукти з зернових, “cai” позначає м'ясо, рибу й овочі, у задачу яких входить розкрити смак “fan”.

У класифікації кулінарних регіонів експерти розрізняють чотири: північ з центром у Пекіні, схід з центром у Шанхаї, південний захід із провінцією Сичуань і південь з центром у Гуаньчжоу, хоча дійсні патріоти китайської кухні з ходу назвуть ще з десятків напрямків і шкіл. Однак місто Гуаньчжоу, розташований на півдні Китаю, по праву вважається столицею китайської кухні.

З розвитком туризму слава китайської кухні широко розійшлася по всьому світу. Немає жодної країни де б не готували китайські страви. В Україні розвинута велика мережа спеціалізованих закладів китайської кухні. Страви китайської кухні готують в ресторанах, а також в закладах доставки їжі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Здобнов О.І. Страви народів світу. Вид:- «Вища школа»Ж; - 1994-310с.
2. Островська Г. Й. Кухні народів світу. Курс лекцій. Вид.: Тернопіль – 2018-169с
3. Слащева А. В. Етнічні кухні : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 159 с

*Канівець Наталя  
ДНЗ «Тернопільське вище професійне  
училище технологій та дизайну»,  
м. Тернопіль  
старший викладач вищої категорії*

### **ЗНАЧЕННЯ СУЧАСНОГО УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Ефективність діяльності сучасних закладів готельно-ресторанного бізнесу базується на використанні різноманітного за принципом дії і конструктивним виконанням устаткування. Характерною особливістю закладів готельно-ресторанного бізнесу є пропонування великої кількості нових послуг і продукції, що вимагає постійного оновлення

устаткування. Тому висока культура обслуговування і конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанного бізнесу знаходиться у органічному взаємозв'язку з високою професійною підготовкою і технічною грамотністю працівників цієї галузі.

Сьогодні ринок пропонує широкий спектр ресторанного приладдя самого різного призначення й цінових категорій. На успіх проекту завжди впливає безліч факторів, а в ресторанному бізнесі один з найважливіших чинників - цікаве, смачне меню, заради нього клієнт щоразу вертається у заклад. Створення різноманітних страв, а також швидкість їх приготування залежать не тільки від професійних здібностей шеф-кухаря. Не останнє значення відіграють в цьому процесі характеристики виробничого устаткування. Саме тому так важливо правильно його підібрати.

Для харчового виробництва важливий продуманий комплексний підхід до нових технологій, правильна організація виробничого процесу, ретельний підбір приладдя. Воно призначене для забезпечення безперебійної роботи закладів громадського харчування, а також цехів для виготовлення напівфабрикатів та іншої продукції.

Та повинно відповідати цілому ряду жорстких вимог:

- функціональність: сучасні виробники постійно покращують свою продукцію, пропонуючи прилади, здатні виконувати велику кількість операцій;
- надійність: техніка знаходиться в постійній експлуатації, тому вона повинна витримувати серйозні навантаження;
- економічність: кухонні прилади для закладів громадського харчування відрізняються великою потужністю та високою продуктивністю;
- простота у використанні, обслуговуванні: забезпечення ідеальних санітарно-гігієнічних умов на виробництві - важливе завдання персоналу. Приладдя мусить легко розбиратися та митися;
- безпека: використання харчових матеріалів дозволяє запобігти потраплянню шкідливих речовин у продукти під час обробки. Також повинні гарантуватися безпечні умови праці для кухарів та іншого персоналу.

Варто зазначити, що будь-якій професійній кухні ресторану потребується велика кількість техніки і зазвичай, в найбільш незручному або дуже обмеженому місці. Саме тому, перед тим як оснащати заклад обладнанням, треба враховувати його площу для того, щоб устаткування сприяло підвищенню ефективності роботи персоналу і максимізації робочого простору на кухні.

Теплові пристрої потрібні для приготування випічки та гарячих страв. Всі плити, незалежно від напрямку діяльності закладу, виготовляються з нержавіючої сталі, а жарові поверхні - з нержавіючої сталі потрібної товщини або чавунні зі спеціальним захисним покриттям, яке можна легко чистити. До теплового також відносяться жарочні шафи, пароконвектомати, конвекційні печі. Останні використовуються для виготовлення кондитерських виробів, мають з'ємні решітки, підсвічування. Жарочні шафи можуть мати декілька секцій, між ними обов'язково повинен бути теплоізоляційний матеріал. У кожній секції можна готувати окрему страву. Пароконвектомати - серце професійного приладдя для кухні. Пароконвектомат замінює декілька видів техніки. У ньому можна поєднувати різні режими роботи, готувати без змішування запахів одночасно декілька страв.

Велике значення має і холодильне устаткування. Воно необхідне для закладу ресторанного господарства: майже всі продукти та деякі страви перед подачею мають бути охолодженими згідно санітарних норм та зберігати свіжість. Головні функції холодильних установок - підтримувати постійну температуру і герметичність, тому вони повинні бути обладнанні потужними компресорами. Для кондитерських закладів добре придбати ще холодильні шафи для демонстрації страв, вони привабливо виглядають, оснащені підсвічуванням.

Не менш значне місце відіграє в роботі закладів і механічне устаткування. До нього відносяться всі агрегати, які прискорюють і спрощують процес приготування - міксери, блендери, тістоміси, м'ясорубки, овочерізки та ін. При виборі приладів для розділення та подрібнення важливо звернути увагу на якість ліз. Вся подібна техніка повинна мати

високий рівень гігієнічності та виготовлятися з матеріалу, що не піддається окисленню. Механічне обладнання для ресторанів повинно легко відчищатися й митись, при цьому агрегати для роботи з м'ясом, рибою - особливо ретельно. Якщо заклад великий, то рекомендується систематично проводити технічний огляд промислових м'ясорубок. Нерідко одне приладдя має кілька насадок, які розширюють його можливості.

Без відповідного обладнання для кухні ресторанів, вразити клієнтів смачними стравами не зможе не один заклад громадського харчування, навіть якщо він буде мати найкращі рецепти та найпрофесійніших кухарів. До того ж, саме професійне обладнання для ресторанів здатне підняти його на відповідний високий рівень. Наприклад, завдяки великій професійній печі можна приготувати відразу декілька страв з м'яса, риби або інших продуктів, а зберігати інгредієнти у холодному стані на протязі великої кількості часу допоможе лише великий холодильний або морозильна камера.

#### Список використаних джерел:

1. Обладнання для сучасної кухні Електронний ресурс <https://kareho.com.ua/ua/a330565-obladnannya-dlya-suchasnoyi.html><https://kareho.com.ua/ua/a330565-obladnannya-dlya-suchasnoyi.html>
2. Професійне обладнання для ресторанів: головні особливості. Електронний ресурс - <https://inox-trade.com.ua/stati-i-obzory/profesijne-obladnannja-dlja-restoranv-kafe-golovn-osoblivost/>

*Вінярський Максим*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»,*  
*м. Тернопіль*  
*Науковий керівник: Кундрат Стефанія*  
*викладач - методист, вищої категорії*

#### ТРАВ'ЯНИ ЧАЇ НАШОГО РЕГІОНУ

**Актуальність теми.** Здоровий спосіб життя - це основна і досить актуальна проблема сьогодення і щоденне вживання напоїв має вагоме значення у харчування людини. Напої є не тільки смачними та ароматними, але вони можуть бути заспокійливими, протизапальними, сечогінними, вітамінними, допомагати в лікуванні репродуктивної системи, сечостатевої, серцево-судинної, травної тощо.

**Основна мета роботи** – привернути увагу суспільства до виробництва чаю з трав'янистих рослин та пригадати традиції чаювання наших предків.

Використовувані сотні років назад корисні і запашні трави сьогодні повертають собі свою заслужену популярність. Все більше людей, що піклуються про своє здоров'я, вважають за краще натуральні рослинні напої звичного чаю або кави.

До появи чаю в Україні та Європі пили різні напої — навари, узвари з місцевих рослин. Чай частково витіснив багатівікову практику виготовлення різних освіжаючих, тонізуючих, зігріваючих напоїв.

Популярними рослинами для заварювання в Україні були листя [іван-чаю](#), гадючника, яблуні, материнки, чорниці, чебрецю, ожини, малини пелюстки шипшини, квіти таволги звіробоелистої, звіробою, липи, сухі плоди малини, горобини, корені споришу живородного, гілки малини, вишні, шипшини, яблуні, смородини тощо.

Трав'яними чаями—найчастіше називають трав'яні чаї чи тізани ([Велика Британія](#) та [США](#)) і фруктові чаї. Це чаї з настоєм або відваром трав, спецій, фруктів або іншого рослинного матеріалу у гарячій воді. Вони зазвичай не містять [кофеїну](#). Трав'яні чаї та фруктові чаї не слід плутати зі справжніми чаями (наприклад, чорним, зеленим, білим, жовтим), які готуються з відвершених листків чайної рослини [Camellia sinensis](#), а також з чаєм без кофеїну, з якого кофеїн був видалений. Як напій, виготовлений із справжніх чаїв, трав'яні чаї можна подавати гарячими або холодними.

Трав'яні чаї корисно пити для краси, зміцнення організму і просто заради задоволення. Трав'яні чаї також мають лікувальну дію на нервову систему, насичують організм вітамінами і зміцнюють імунітет, допомагаючи швидше позбутися від простудних та інших захворювань. Крім того, вони неймовірно ароматні і смачні. Крім трав, можна додавати листочки і гілочки малини та вишні, плоди шипшини. Пропоную кілька композицій трав'яних зборів для заварювання ароматного чаю.

Люди століттями самостійно заготовляли і пили щодня зігріваючі, лікувальні і болезаспокійливі напої, рецепти яких зберігалися в кожній родині.

Умовно напої з рослин, квітів, плодів, коріння можна розділити на два види: лікувальний чай і трав'яні чаї на кожен день.

Перш ніж зробити чай з трав, потрібно врахувати протипоказання для застосування деяких з них. Наприклад, при зниженому тиску категорично не рекомендується чай з меліси і м'ята, глоду, а при підвищеному - з солодки і звіробою. При вагітності не можна пити чаї з материнки і чебрецю, це може спровокувати викидень. Чебрець також з обережністю потрібно пити людям, у яких гастрит або виразкова хвороба. Загалом, щоб не нашкодити організму, обов'язково вивчіть дію нових трав і плодів, з яких ви ще не робили напій, а при можливості проконсультуйтеся з лікарем.

Щоб приготувати вдома ароматний чайний напій, можна додати в заварник запашні трави для чаю: материнка, шавлія, м'ята, листя смородини, верес, лаванда, буркун лікарський, ромашка, липа, конюшина, тощо. Ці чайні трави мають приємний аромат, надають настою красивий колір і легкий присмак. Якщо заготовка рослинної сировини ведеться самостійно, потрібно бути уважними з назвами запашних трав. У народній медицині і офіційних довідниках вони часто відрізняються.

Назви трав з лікувальним ефектом: звіробій, суниця, аніс, фіалка триколірна, первоцвіт, ведмежі вушка, брусниця, пижмо, полин, ромашка, бузина чорна, чебрець. Це дуже скромний список корисних трав, які найчастіше застосовуються при складі лікувальних зборів. Деякі з них можна посадити на своїй ділянці, інші доведеться збирати в лісі і на лузі. Добре себе почуває на городі м'ята, меліса, ромашка і полин. Може рости чебрець, естрагон, фенхель та інші.

Для приготування запашного настою трави, ягід чи плодів в керамічному або скляному чайнику, попередньо його ошпарюють окропом. Після чого засипають трави і заливають гарячою водою, оптимальна температура якої 95-98 градусів). Кип'ятити чай не можна — ефірні олії легко звільняються і швидко випаровуються. Настоявати від 5 хвилин і довше, залежно від того, які трави, ягоди і плоди використовуються. Листочки і квітки заварюються швидше, плоди і гілочки трохи довше. Кращий підсолоджувач для трав'яного чаю (якщо "порожній" не звикли ви пити) — це мед. Не переборщіть — відносно трав дуже важливий правильний смаковий баланс.

#### **Список використаних джерел:**

1. М. Л. Рева, Н. Н. Рева. Дикі їстівні рослини України / Київ, Наукова думка, 1976 — 168 с. — С.131
2. Чай з гілок – як заварити, користь, з яких дерев і кущів заварювати. notabene.info. Процитовано 2019-01-21.
3. [http://www.itis.gov/servlet/SingleRpt/SingleRpt?search\\_topic=TSN&search\\_value=506801](http://www.itis.gov/servlet/SingleRpt/SingleRpt?search_topic=TSN&search_value=506801)

*Саламандра Катерина*  
студентка

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*  
м.Тернопіль

*Науковий керівник: Дмитришин Юлія*  
викладач спеціалізації

## ШПИНАТ: УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНГРЕДІЄНТ

У сучасних умовах диспропорція в хімічному складі раціонів харчування складає основний фактор ризику розвитку "хворобцивілізації". Окрім того, в українців спостерігається так званий «прихований голод» за рахунок дефіциту в раціоні вітамінів, макро- та мікроелементів. Тому принцип харчування в Україні стає актуальною проблемою сьогодення.

Уже давно світ захопив шпинат. Його батьківщина — Близький Схід, звідки разом з арабськими торговцями він потрапив до Іспанії, а далі поширився по всьому світу. Його дуже люблять в Європі. А в Америці, щоб змусити дітей із задоволенням їсти рослину, яка не має яскраво вираженого смаку, але виключно корисна, банку зі шпинатом вручили герою серії мультфільмів моряку Попаю — шпинат допомагав йому активізувати суперсилу.

Дозвольте йому завоювати ваше серце і прокласти шлях до шлунку. Адже це не лише дуже смачна зелень, яку так хочеться їсти ранньою весною. Це універсальний продукт на весну, першу частину літа і навіть осінь, коли він дає другий урожай. [1]

Одна з переваг шпинату – легкодоступність. Сьогодні шпинат можна дістати в будь-якій точці нашої планети. Шпинат можна купити практично в кожному супермаркеті або виростити самостійно – рослина невибаглива, тому цей букет вітамінів ви можете отримати у себе на підвіконні. [2]

Шпинат має ще одну цінну якість. Це універсальний продукт, який поєднується з будь-якими іншими інгредієнтами. Тому з нього можна приготувати що завгодно, починаючи з салатів і супів, закінчуючи домашньою випічкою та напоями. [3]

Зелене листя шпинату забезпечує організм людини поживними речовинами більше, ніж будь-який продукт. Він має високу щільність поживних речовин. У ньому низький вміст калорій і дуже високий вміст вітамінів (С, А, В1, В2, В6, РР, Р, Е, D2, К), мінералів (калій, натрій, магній, фосфор, залізо, кальцій, селен і цинк) та сапонінів і фітонутрієнтів. Також у шпинаті багато білка, вуглеводів і клітковини. [1]

Шпинат сповнений флавоноїдами, які діють як природні антиоксиданти, захищаючи організм від вільних радикалів. У шпинаті міститься речовина апігенін, яке допомагає боротися з утворенням ракових клітин. Ця речовина, проникаючи в структуру ракових клітин, вбиває їх.

Шпинат також підтримує і стимулює серцево-судинну систему. У ньому високий рівень вітамінів С і А, які самі по собі – антиоксиданти, і допомагають скоротити кількість вільних радикалів в організмі. Антиоксиданти утримують холестерол від окислення. На додаток до всього, фолати (комплекс вітамінів групи В) благотворно впливають на роботу серцево-судинної системи в цілому. А каротиноїди забезпечують стінки артерій додатковими поживними речовинами і захищають від негативного впливу.

Дослідження показали, що вживання великої кількості шпинату і зелених овочів уповільнює процес старіння функції мозку. У шпинаті знаходиться багато харчових волокон, що дозволяє жирам засвоюватися в меншій мірі. Бета-каротин і вітамін С захищають клітини товстої кишки від шкідливих наслідків вільних радикалів. За допомогою харчових волокон шпинат допомагає ліквідувати запори.

Ще він володіє протизапальними властивостями, що благотворно впливає на такі захворювання як артрит, остеопороз, мігрень, астма. [2]

Шпинат – знахідка для тих, хто багато часу проводить за комп'ютером. Він знімає напругу очних м'язів і призводить їх в тонус. Велика кількість лютеїну в листі шпинату запобігає розвитку дегенерації сітківки ока, захищає кристалик від помутніння і інших вікових змін. Лютеїн засвоюється краще, якщо шпинат є з невеликою кількістю будь-якого жиру, наприклад з оливковою олією.

Шпинат містить велику кількість заліза і досить багато рослинного білка. Ось за що його люблять вегетаріанці. До того ж цей листовий овоч незамінний при анемії, виснаженні і підвищеній збудливості нервової системи.

Французи називають шпинат мітлею для шлунку. Завдяки великій кількості клітковини він "вимітає" все харчове сміття з організму. Клітковина і грубі волокна

шпинату повністю не перетравлюються, а розбухають і таким чином чистять кишків. Шпинат допомагає позбутися запорів і нормалізує перистальтику. Також сприяє виведенню з організму шлаків і токсинів.[3]

Через високий вміст щавлевої кислоти, шпинат не варто їсти людям з каміннями в сечовому міхурі, нирках і жовчному міхурі, а також тим, хто страждає на подагру і порушення сольового обміну в організмі.

Купуючи шпинат, звертайте увагу на листя — на них не повинно бути темних плям, це ознака несвіжості шпинату. Втрачаючи свіжість, він стає токсичним для організму. Також краще вживати в їжу молоде листя, оскільки шпинат “грішить” тим, що активно накопичує токсини. Знешкодити зрілий шпинат можна, відваривши його — першу воду варто злити, щоб продукт покинули нітрати. [1]

Шпинат визнаний найпоширенішим інгредієнтом в кухнях різних народів. Його можна їсти як в сирому вигляді, так і у відвареному. Більш грубі і зрілі листя готуйте на пару, смажте або тушуйте.

Щирими його фанатами є італійці. На його основі вони готують різноманітні соуси. Без нього не обходиться жоден салат, брускетта або лазанья. Соком листя забарвлюють пасту чи равіоли в ніжно-зелений колір. [3]

Шпинат багатогранний, корисний і дивовижно смачний. Якщо ви до тої пори не використовуєте його у щоденному меню, обов'язково рекомендуємо!

#### **Список використаних джерел:**

1. Шпинат – користь сирого і вареного – як приготувати... [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://life.nv.ua/ukr/food-drink/shpinat-korist-sirogo-i-varenogo-yak-prigotuvati-shpinat-recept-50012480.html>
2. Чим корисний шпинат, і кому він протипоказаний [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/food\\_wellness/chem-polezen-shpinat-i-komu-on-protivopokazan-1047236.html](https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/food_wellness/chem-polezen-shpinat-i-komu-on-protivopokazan-1047236.html)
3. З чим поєднується шпинат [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://cbo.org.ua/z-chim-poyednuetsya-shpinat/>

***Бобровська Тетяна***

*викладач української мови  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
м. Тернопіль*

#### **ДІАЛЕКТНА ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА ХАТНЬОГО НАЧИННЯ У ТВОРАХ М. КОЦЮБІНСЬКОГО**

Одним із письменників, хто з великою любов'ю і художньою проникливістю змалював гуцульський край, його неповторну красу, життя і побут простих гуцулів, був М.Коцюбинський. Перебуваючи на Гуцульщині на поч. ХХ ст. письменник спостерігав за життям горян, вивчав фольклорно-етнографічні матеріали, гуцульську говірку, що стало основою для його повісті «Тіні забутих предків». В одному з листів до М. Могилянського письменник зазначив: «Коли б я хоч трохи переніс на папір колорит Гуцульщини і запах Карпат, то й з того був би задоволений» [1].

У повісті «Тіні забутих предків» важливу стилетворчу та образотворчу роль виконує діалектна лексика, яка є одним із засобів передачі колоритної тональності гуцульської говірки, домінантним образотворчим фактором (діалектна мова розкриває внутрішній світ персонажів), засобом увиразнення, доповнення ментальності героїв на рівні світовідчуття, засобом відтворення певних фрагментів навколишньої дійсності, однією з ознак індивідуально-авторського стилю письменника.

Серед різних лексико-семантичних груп діалектизмів, якими послуговується письменник у творі, особливий інтерес викликають лексеми на позначення їжі, страв та напоїв. Адже народна кулінарна номенклатура є досить важливою у складі лексичної



системи. Їжа є елементом не лише матеріальної, а й духовної культури народу. Процеси суспільства впливають на культуру народу, де вагоме місце посідає культура харчування, яка також зазнає певних змін. Ці зміни приводять до архаїзації лексики досліджуваних груп, до появи нових назв.

Як відомо, значне місце в щоденному раціоні гуцулів посідало молоко та молочні продукти. Традиційними стравами, які виготовляли переважно на полонині, були *будз, бринза, гусянка, жентиця*.

Бринза, - й, ж. Сир з овечого молока [3, I, с.236]. Бринза може виготовлятися з овечого, коров'ячого, козячого молока, фактично - це будз, перетертий у певній пропорції з сіллю. Бринза зберігалася довго і була придатна для зберігання протягом року.

*Потому всі разом пили за здоров'я маржинки, гості набирали у бербениці бринзи та в мирності знову спускались в долини [2, с.199].*

Будз, - у, ч. Свіжий овечий сир [3, I, с.247]. Будз виготовляється з коров'ячого молока, овечого та козячого. Для виготовлення будзу брали свіже молоко, підігрівали, щоб воно було тепліше від свіжовидоєного, і додавали до нього кілька столових ложок «глегугу», виготовленого із висушеного засоленого шлунка ягняти. Після зсідання молока його збивали «колотівкою». Сир підвішували для стікання сироватки. Це був будз. Із нього виготовляли бринзу.

*Все воно - чорні лавки і стіни, ватра і дим, будз, бербениці і жентиця, - все воно близьке і рідне, на всьому спочила його тепла рука [2, с.197-198].*

Гусянка, - й, ж. Кисляк з пареного молока [3, II, с.198], як видозміна ряжанки. Це кип'ячене молоко, квашене за спеціальною технологією, яке могло довго зберігатись і було придатне для споживання навіть через кілька місяців.

*Засідали за мережаний стіл, тяжкі в своїм овечім убранні, і споживали вкупі свіжу кулешу та гусянку гостру, од якої облазив язик [2, с.207].*

Жентиця, - і, ж. Сироватка з овечого молока, а могла бути і з будь - якого. *Холодна жентиця світить з коновки зеленим оком [2, с.197].*

Поширеною щоденною стравою гуцулів була і залишається кулеша. Кулеша, - і, ж. Страва з кукурудзяного борошна (3, IV, 390). Споживають кулешу з молочними або м'ясними продуктами. Вживають і замість хліба. У творі читаємо: *Тоді зійшлись до стаї всі вівчарі і сіли біля живого вогню, щоб в мирності з'їсти свою першу полонинську кулешу [2, с. 202-203].*

Картоплю на Гуцульщині називали «буришкою» і готували «буришник». *І, як ті діти, слухали прості оповідання про те, скільки люди зробили сіна, що буришки нема, кукурудзи ріденькі, а Мичарникова Ілена померла [2, с.199].*

У межах гуцульської діалектної побутової лексики, використаної у творі, виокремлюємо назви кухонного і хатнього начиння, зокрема:

*Барильця*, -ів, мн. Невеличка посудина для рідини, найчастіше з дерева, з двома днищами і опуклими стінами, стягнутими обручами [3, I, с.106].

*Нові бербениці й барильця німуть в кутку, хоч тільки занукай до них - і обізветься голос, що там жив [2, с.197].*

*Бербениця*, -і, ж. Діжечка, барило [3, I, с.157] - бондарський посуд заввишки приблизно в один метр, діаметром 35 - 45 сантиметрів з двома денцями, верхнє дно при потребі відбиралося. Бербениця служила для зберігання і транспортування молочних продуктів: бринзи, гусянки, будзу. Бербеницю можна покласти у бисаги й вантажити на коня.

*І завів Івана до стаї, де од порожніх бербениць, путин та голих лавиць йшов запах пустки [2, с.201].*

*Коновка*, -й, ж. Металева або дерев'яна посудина з дужкою для носіння і зберігання води тощо [3, I, с.631] заввишки приблизно 50 сантиметрів, діаметр дна ширший від верха, з дерев'яним вухом. *Коло такого поточка якась добра душа лишала горнятко або коновочку гусянки [2, с.190, 197].*

*Путина*, -й, ж. Посудина для молока або для виготовлення сиру [3, VII, с.403].



Отже, діалектизми в повісті М. Коцюбинського «Тіні забутих предків» відзначаються багатим розмаїттям і є важливим елементом його оригінального й самобутнього ідіостилю. Крім того, вони допомагають письменникові глибше передати колорит епохи. Без використання гуцульської діалектної лексики важко, якщо взагалі можливо, досягти художньої переконливості та етнографічної достовірності у художньому освоєнні гуцульського світу.

#### Список використаних джерел:

1. Борщевський Б. М. Вивчення творчості Михайла Коцюбинського в школі (Посібник для вчителів). – К: Радянська школа, 1975. – 196 с.
2. Коцюбинський М. Тіні забутих предків / М. Коцюбинський // Коцюбинський М. Твори в семи томах. - К.: Наук. думка, 1974. - Т. 3. - 429 с.
3. Словник української мови: в XI-ти томах. - К., 1970-1980

*Головчинська Руслана*  
викладач вищої категорії  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»,  
м. Тернопіль

#### ТРАДИЦІЇ ТА КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ СТРАВ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Українська кухня відрізняється своєю неповторністю та оригінальністю. Іноземні туристи їдуть до України, щоб почастивати страви, які не зустріти у жодній країні світу. Кожен регіон відрізняється своїми стравами. Система харчування складається з сукупності певних ознак традиційно-побутової культури етносу: набір харчових продуктів, способів їх обробки і приготування страв, харчові обмеження, заборони й переваги, режим повсякденного харчування, асортимент обрядових страв, звичаїв, пов'язані з приготуванням і споживанням їжі. Харчування українців, як і інших народів, формувалося у значеній залежності від природно-географічних умов і зумовлених ними напрямів господарської діяльності.

Як відомо, їжа є одним з важливих елементів традиційної матеріальної культури кожного народу, адже саме в ній відбито народний побут, господарювання людей, їх смаки та уподобання. Досліджуючи українську кухню, все більше переконаєшся у тому, що наші знання обмежені й узагальнені. Розуміння приходить тільки під час подорожей регіонами України, коли вивчаєш старовинні рецепти, порівнюєш продукти і техніки приготування, досліджуєш шлях продукту від витоків до сучасності. Саме в таких поїздках знаходиш підтвердження того, що в Україні є яскраво виражена регіональна кухня. Вона має свій характер, свої смаки, своє забарвлення. Як різнокольорові орнаменти на вишиванках, що характерні для кожного регіону України, сьогодні перед нами відкривається регіональна кухня.

Ось декілька прикладів як харчувались та харчуються різні регіони України

*Подільська кухня.* Вона мультинаціональна. На території більшості селищ, які сьогодні складають Вінницьку, Хмельницьку області, а також частину Придністров'я, проживало багато євреїв, особливо до Другої світової війни. Завдяки спритності будь-якої єврейської господині кухня була дуже смачною, яскравою, різноманітною. На Поділлі ми знайдемо рецепти та кулінарні техніки, властиві традиціям різних етнічних груп, – тут буде вдосталь і єврейського, і польського, і чеського, і навіть вірменського впливу. Вірмени дуже вплинули на подільську кухню, особливо що стосується методики приготування м'яса, маринадів і ферментації продуктів. Кухня Поділля — це, перш за все, багато фруктів і ягід у дуже незвичному виконанні. Якщо ми говоримо про яблуко, то тут з нього готували все, починаючи від супів і закінчуючи ферментованими і квашеними яблуками. Їх подавали до всього. Тут готують смалець зі смаком яблука та смалець на вишнях. Оригінальні поєднання одного з іншим — це класика Поділля

*Галицька кухня*, невід'ємною частиною якої є кухня львівська, - історичний факт, що відбувся. Основа кухні— це традиції та смаки народів, що століттями жили на цій території Східної Європи. Кожний період привносив свої особливості. Оселення тут вірмен та греків спричинило появу середземноморських і східних фруктів, прянощів і трав. Угорці принесли любов до вина та гострих спецій у перших стравах. Євреї доклались до створення чи не половини галицьких страв. Проте головними носіями традицій стали українці та поляки як найбільші за чисельністю та впливом народи. У Галичині велику увагу приділялось не лише приготуванню їжі, але й подачі страв на стіл. Родини берегли з покоління в покоління скатертини, порцеляновий посуд, столове срібло. Панувала висока культура споживання їжі, спілкування у колі родини за обіднім столом. Особливістю галицької кухні також завжди була ощадність - їжу викидати не годилося. Це можна прослідкувати в старих переписах - торт із сухарів, клюски, запечені з яблуками чи капостою, гречаники та багато інших страв, де використовувалися надлишки (каш, клюсок, тощо..) Основою кухні в Галичині, від Кракова і до Тернопілля, були крупи та страви з них.

*Поліська кухня*. Українські традиційні страви вважаються справжньою культурною спадщиною з давніх-давен. Поліська кухня відокремилась за рахунок особливого північного географічного розташування, адже готували з того, що росло і паслось на місцевості. Існує безліч традиційних страв, назви яких інколи навіть складно пояснити. Для готування служили залізні чугуни різних розмірів, глиняні горщики. На стіл подавали в глиняних мисках, їли дерев'яними ложками власного виробництва.

*Буковинська кухня*. З давніх пір кухня Буковини уособлює в собі гармонійне поєднання багатьох гастрономічних традицій всіх народів, котрі впродовж віків проживали на її території. Українська та румунська кухні завжди користувалися великою популярністю, проте страви єврейської, польської та австрійської традицій теж мали численних прихильників. Буковинці і досі смакують майстерно приготованою фаршированою рибою та маїною, тобто рулетом з локшиною та м'ясним фаршем. Саме ці страви, запозичені з єврейської кухні, нині рахуються бенкетними.

Отже, народне харчування українців вважають культурним феноменом. Наша національна кухня – одне з надбань матеріальної культури народу, важливий її складник.

#### Список використаних джерел

1. Інтернет – джерело: <http://7piggies.com.ua/regionalni-stravi-ukra%D1%97nsko%D1%97-kuxni/>
2. [http://zarichchia.blogspot.com/2015/04/blog-post\\_25.html](http://zarichchia.blogspot.com/2015/04/blog-post_25.html).
3. <http://www.firtka.if.ua/blog/view/tradicijna-kuhna-ukraini-cim-prigosaut-u-riznih-regionah101198>.

## СЕКЦІЯ 4 НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ХЛІБОПЕКАРНОМУ ТА КОНДИТЕРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВАХ

*Ганна Корбут*

*викладач спеціальних дисциплін*

*Чернівецького вищого комерційного училища КНТЕУ*

*м. Чернівці*

### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПРИГОТУВАННІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

За даними всеукраїнського маркетингового дослідження Національної компанії якості та безпеки, можна відзначити такі основні тенденції в виробництві борошняних кондитерських виробів:

- на даний час споживачі потребують виробів високої якості, які відповідають основним світовим трендам в оздобленні;
- все більше споживачів турбуються про безпеку та екологічність сировини;

- відроджується культура споживання якісних кондитерських та хлібобулочних виробів;
- зростає потреба у дорогому натуральному хлібі та кондитерських виробах невеликого розміру;
- стрімко зростає попит на кекси, круасани, торти, рулети, печиво, пов'язане не з ціною доступністю, але в першу чергу з використанням нових смаків, крім популярних класичних, таких екзотичних як(шоколад-м'ята, кокос, ананас та ін.);
- користуються популярністю виробу абстрактних форм та поєднанням декількох структур, які створюють нові смакові відчуття.

В першу чергу на якість виробів впливає сировина, тому хочу звернути вашу увагу на те, щоб вироби не перевантажували організм цукром, а мали лікувально-профілактичну дію.

Тому на зміну пшеничному борошну приходять інші види: вівсяне, соєве, кукурудзяне, амарантове, квасолеве, нутове, каштанове.навіть з оболонки банана та з водоростей. Широко застосовується текстуроване борошно, тобто оброблене при високих температурах, які сягають 100-150 градусів, при цьому відбувається декстринізація крохмалю, стерилізація, що збільшує терміни зберігання, зменшує виробничий цикл.

-використання бобових не тільки для тіста, але й для кремів.

-використання лікарських рослин: порошку горобини, для збільшення піноутворюючої здатності та надання шоколадного кольору бісквіту;

-для надання кольору та підвищення харчової цінності використовують шрот розторопші та насіння гарбуза, порошок гарбуза, топінамбура, моркви, черемхи, аронії, глоду, калини, клітковини подорожника, насіння льону, екстракт зеленого чаю, порошок цикорію, шипшини, кропиви, овочеві пюре та пасти із буряка, моркви, гарбуза та інших плодів чи ягід, продукти бджільництва, настої лікарських рослин(вівса, шипшини, меліси, м'яти, та ін.)

-використання люпину, як заміника меланжу, він також покращує колір, смак, аромат, пористість.

-використання сухих яєчних продуктів, які зменшують вміст холестерину та зменшують мікробіологічну небезпеку;

-заміна цукру цукровими спиртами, або фруктоолігосахаридами, які містяться в топінамбурі, цибулі, спаржі, часнику, корені цикорію, кленовому сиропі, стевії. Це вже застосовується в США, Великобританії та Канаді.

-використання сублімованих фруктів-ця технологія вакуумного сушіння повністю зберігає усі поживні речовини. При додаванні води вони стають на вигляд як натуральні. Вони зручні при транспортуванні, 1кг сухих дорівнює 7-9 кг свіжих. Ця технологія полягає в тому, що заморожену сировину поміщають у низькотемпературний вакуум, де кристали сублімуються в водяну пару.

-все більшої популярності набуває використання фруктових порошоків та пудр, які використовують не лише для начинок та кремів чи для десертів, а також як високоефективні натуральні барвники та поліпшувачі смаку. Вироби, прикрашені ними виглядають дуже ефектно.

- Використання термостійких начинок з класичними та екзотичними смаками, які значно розширюють асортимент виробів.

-розпушувачі PRO Doydh Adadio -суха молочна кислота, яка забезпечує оптимальну швидкість утворення вуглекислого газу, дає більшу розсипчастість, ніжний смак, продовжує терміни зберігання, вироби довше не черствіють.

-заміна маргарину на лляну та кунжутну олію, які дозволяють отримати високоякісні вироби.

-використання вторинної молочної сировини : знежиреного молока, сироватки, маслянки, які мають знижену енергетичну цінність, що дозволяє знизити кількість цукру та масла у мафінах, кексах, пирогах до 20-40 %.

-широке використання горіхів, суперфудів (сировини з високою концентрацією антиоксидантів, вітамінів, клітковини: годжі, асаї, чіа, а також кокосового та мигдального молока, сиропу агаві, сушених та свіжих фруктів, керобу-замінника какао.

- Французькі кондитери використовують маршмелоу з афродизіаками, такими як іланг-іланг, фіалка, троянда, апельсиновий цвіт.

- Японські кондитери розробили мінеральні цукерки з натрієм та калієм з смаком морської капусти. Ще більшою інновацією став шоколад з грибами рейші та грецькими горіхами.

В 2017 році створено рожевий шоколад, який виробляється з особливого виду плодів какао червоного кольору, з легким фруктовим ароматом.

-Німецькі технологи запустили у виробництво «цукерки краси» це біле шоколадне праліне з йогуртовим кремом, гранатом, алоє вера, колагеном, коензимом Q10.

-популярності набувають овочеві солодоші з незвичайним поєднанням смаків: рожевий грейпфрут з помідорами, ківі зі шпинатом, банан з гарбузом.

-Надзвичайно популярні таргалетки та торти з солодкими чи пікантними начинками, які можуть бути як десертом так і закускою.

- Солоні десерти-солонка карамель, макаронів з сиром дор-блю, морозиво з горгондзолою, полуниця з авокадо, солоний Наполеон.

Багато прихильників має молекулярна гастрономія, де в десертах замість цукрової пудри використовується арахісова олія, а кокос у вигляді гелю.

Французький шеф-кондитер Седрік Гроле винайшов унікальний спосіб тістечок у вигляді фруктів горіхів, мигдалю. Десертів у вигляді чорної ікри яка є кульками соку. А устриці – чорний шоколад.

Сьогодні інноваційні підходи спрямовані на низьку собівартість виробництва, недорогої та ефективної реклами, безпечні матеріали та сировину для виготовлення та зберігання продуктів, корисні продукти без школи для здоров'я. Виготовлення кондитерських виробів виходить на новий більш високий рівень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сучасні тенденції виробництва борошняних кондитерських виробів. Матеріали міжвузівської студентської науково-практичної конференції – Вінниця: ВТЕК КНТЕУ, ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2019.
2. **Гребенюк С. О.**, АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ТА ОЗДОБЛЮВАЛЬНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПІДСОЛОДЖУВАЧІВ І ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ МОРСЬКИХ ВОДОРОСТЕЙ
3. **Завадинська О. Ю.**, Технологія борошняних кондитерських виробів оздоровчого призначення, ТРАЕКТОРИЯ НАУКИ, Електронний научний журнал . – 2016. – № 4(9)
4. **Плахотін В. Я.** Суткович Т.Ю. Проблеми розвитку та впровадження систем управління безпекою харчових продуктів на основі концепції НАССР: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. [“Нові ресурсо- та енергозберігаючі технології харчових виробництв”], (Полтава 1-2 берез. 2007 р.). Ст. 27-28.

*Марков Віталій*

*Гусятинський фаховий коледж ТНТУ ім. Івана Пулюя  
смт. Гусятин*

*К. б. н., викладач Олексюк Людмила*

### **ЗНАЧЕННЯ КОКОСОВОГО БОРОШНА В СУЧАСНОМУ КОНДИТЕРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ**

Однією з важливих проблем, що стоїть перед харчовою промисловістю нашої країни, є забезпечення населення продуктами харчування підвищеної біологічної цінності, створення технологій якісно нових харчових продуктів з направленим коригуванням хімічного складу і наданням функціональних властивостей.

Погіршення екологічної ситуації в Україні, неправильне харчування призвели до збільшення хронічних захворювань, скорочення тривалості життя. Одним із можливих шляхів вирішення цієї проблеми є удосконалення технології отримання традиційних продуктів і створення нового покоління харчових продуктів, що відповідають сучасним принципам раціонального харчування.

Кокосове борошно отримало заслужену популярність відносно недавно. Воно має попит як продукт, який дозволяє урізноманітнити безглютенову дієту, корисне для здоров'я і володіє великою кількістю цілющих властивостей. Енергетична цінність кокосового борошна – 446 кілокалорій, в ньому білків – 20 грамів, вуглеводів – 60 грамів, жирів – 16 грамів. У ньому багато заліза – 30 грамів забезпечують 20% від денної норми. Воно містить тригліцериди із середньою довжиною ланцюга (МСТ) – особливі жири, які допомагають при скиданні ваги, захищають організм від бактерій, покращують роботу серця.

Важливий компонент кокосового борошна – лауринова кислота. Це дуже корисний продукт, який зустрічається досить рідко. На неї багаті кокоси, меншою мірою вона є в баранячому, молочному та пальмовому жирі. Лауринова кислота має цілу низку корисних властивостей. Відзначимо антисептичну, імуномодулювальну дію (лауринова кислота є в грудному молоці, саме вона забезпечує імунітет немовлят в перші місяці життя). Ця речовина використовується в лікуванні цукрового діабету і гіпертонії, сприяє боротьбі з надлишковою вагою.

Більш докладно зупинимося на клітковині – її в 100 грамах кокосового борошна міститься близько 32 грам. Клітковина цілюще впливає на травну систему. Вона розбухає і проводить механічну чистку кишківника – виводить залишки їжі та стимулює стінки органу, посилюючи його кровотік, підвищуючи тонус. Кокосова клітковина покращує роботу серцево-судинної системи, підвищує витривалість і підвищує ефективність спортивних тренувань. Це відмінна заміна борошну з пшениці. Вона підходить людям з целиакією, тим, у кого діагностували непереносність глютену, алергію на пшеницю. Глютен називається категорія білків, які є в ряді зернових, включно з пшеницею. Ці білки дуже погано розщеплюються і можуть викликати імунну відповідь. Целиакія і непереносність глютену вимагають суворої дієти, дотримуватися якої дуже складно. Але з кокосовим борошном можна урізноманітнити свій раціон, додаючи борошно в хліб, випічку, десерти.

Детально розглянемо механізм впливу кокосового борошна на організм.

#### 1. Контроль рівня глюкози

У цьому продукті міститься велика кількість клітковини, одна з властивостей якої – контроль за рівнем глюкози в крові. 30 грамів борошна з кокоса забезпечить 40% від денної норми в клітковині – тобто в три рази вище, ніж може дати аналогічна кількість цільозернових пшеничних сортів. Клітковина сповільнює швидкість надходження цукру в кров. Відразу після їди не буде різкого стрибка глюкози, що теж корисно, оскільки не змушує працювати організм в режимі перенавантаження. У кокосового борошна низький глікемічний індекс, тому випічка з ним не підвищує цукор в крові.

#### 2. Поліпшення травлення

Завдяки великій кількості клітковини кокосове борошно поліпшує травлення. Головним чином це нерозчинна клітковина, яка допомагає плавному переміщенню залишків їжі по кишківнику, збільшує обсяг калу і дозволяє уникнути запорів. Менше в кокосовому борошні розчинної клітковини і ферментованих волокон, які використовуються для утворення корисної мікрофлори кишківника. Ці бактерії виробляють жирні кислоти короткого ланцюга (SCFA). Основні – це, наприклад, ацетат, пропіонат і бутират. Названі речовини живлять клітини кишківника. SCFA допомагають в лікуванні СПК, запальних захворювань кишківника.

#### 3. Допомагає боротися з вірусами та бактеріями

Лауринова кислота в організмі запускає синтез нового з'єднання – монолаурину. Він знищує різні види шкідливих мікроорганізмів (як вірусів, так і бактерій, грибків). Найвищу

ефективність монолаурин і лауринова кислота демонструють в боротьбі з інфекціями, викликаними бактеріями *Staphylococcus aureus* і грибок *Candida albicans*.

#### 4. Здорове серце

Продукт позитивно діє на серце. Клінічні експерименти доводять, що щоденне вживання 15-25 грамів кокосових волокон дозволяє зменшити «поганий» холестерин (ЛПНЩ) на 9%, а тригліцериди на 22%. А це очищає судини, покращує циркуляцію крові, знижує навантаження на серце. Холестеринові бляшки – серйозний ризик «заробити» інсульт, і скорочення їх кількості допоможе зменшити загрозу серцевих захворювань. Лауринова кислота допомагає знищити бактерії, які призводять до утворення каротидного нальоту в артеріях. Цей наліт пов'язаний з каротидною хворобою серця.

#### 5. Допомагає схуднути

У кокосовому борошні є клітковина і білок - обидві ці речовини пригнічують почуття голоду, а значить, допоможуть позбутися зайвої ваги. Цей продукт містить середньоланцюгові тригліцериди (МСТ), жири, які розщеплюються набагато швидше. На відміну від жирів довгого ланцюжка (які містяться, наприклад, в оливках та горіхах), вони відразу потрапляють в печінку і використовуються нею для отримання енергії, а не відкладаються «про запас». МСТ також сприяють пригніченню апетиту. Калорійність кокосового борошна невисока. Як ввести кокосове борошно в свій раціон?

Кокосове борошно можна використовувати у випічці, це прекрасний загущувач для соусів, панірування. По суті, його використовують так само як пшеничне борошно. Але з певними особливостями. Кулінарні властивості кокосового борошна значно відрізняються від «звичайного» глютенного. Це борошно гігроскопічне – воно вбирає більшу кількість рідини. Тому якщо ви готуєте за рецептом для пшеничних сортів, враховуйте: замінити його на кокосове в співвідношенні 1: 1 не можна. 100 грамів пшеничного борошна замінить всього 25-30 грамів борошна з кокоса.

Оскільки борошно краще абсорбує рідину, а в його складі немає білкових сполучних елементів, при замішуванні тіста знадобиться більше яєць. На 1 склянку борошна рекомендується брати 6 яєць + необхідну за рецептом кількість рідини (води, кефіру, молока). Сипучі підсолоджувачі також краще замінити на рідкі: мед, сиропи, патоку. Навіть досвідчені кулінари вважають за краще працювати з перевіреними рецептами спеціально для кокосового борошна, ніж експериментувати з заміною інгредієнтів. Найкраще підходить для приготування пишної, ніжної випічки: млинців, кексів, оладок, мафінів. А ось сухе й пісочне, рубане тісто приготувати буде складніше, - але можливо й це.

#### Список використаних джерел:

[https://library.pl.ua/nashi\\_vidannja/inshi\\_vidannja/suchasni\\_tekhnologii\\_zdorovogo\\_kharchuvannjahttps://zdrovovoshop.com/polza-svojtva-kokosovoj-muki](https://library.pl.ua/nashi_vidannja/inshi_vidannja/suchasni_tekhnologii_zdorovogo_kharchuvannjahttps://zdrovovoshop.com/polza-svojtva-kokosovoj-muki)

**Шевченко Ассоль**

*ВСП «Одеський технічний фаховий  
коледж ОНАХТ»,*

*м. Одеса*

*Науковий керівник: Ільчишина Наталя  
викладач - першої категорії*

### РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ КАКАО-БОБІВ

Какао боби це сировина шоколадного виробництва.

Виробники какао переживають скрутні часи. Дедалі частіше виникають побоювання, що у найближчі десятиліття шоколад зникне. Що відбувається на шоколадних ринках і чи дійсно нам варто хвилюватися.

У 2050 році шоколаду не стане? Останнім часом дедалі частіше лунають прогнози глобальної шоколадної кризи. Основні причини цієї кризи є:

1. Збільшення споживання шоколаду у світі.
2. Неприятливі кліматичні умови на фоні глобального потепління.
3. Хвороби та шкідники.

Великі «гравці» на світовому ринку кондитерських виробів розробили шляхи вирішення шоколадної кризи, а саме:

#### 1. Використання заміників какао масла

Застосування заміників какао масла найбільш популярне при виробництві шоколадної глазури. Застосування чистого масла какао при виробництві шоколадної глазури – це занадто дороге задоволення. Весь асортимент заміників поділяють на основні групи:

- Кондитерські жири.
- Темперировані замітники какао-масла.
- Замітники масла какао нетемперовані - лауринові і нелауринові. Якість жиру, який використовують при виробництві глазури, впливає на харчову цінність і смакові показники кінцевої продукції.

*Темперовані замітники какао масла* виготовляють застосовуючи пальмову олію, олію салового дерева, масло ши, а також інші екзотичні види, які допускаються до застосування в нашій харчовій промисловості. Застосовують такі замітники при виробництві шоколадної глазури, кремових цукерок тощо. Темперировані замітники мають фізико-хімічними показниками, які найбільш близькі до властивостей самого какао-масла.

#### *Нетемперовані еквіваленти какао-масла.*

Нелауриновий замітник какао-масла виготовляється на основі ріпакової олії соняшникової, соєвої, пальмового масла. За складом такі еквіваленти схожі з какао-маслом, їх не можна змішувати.

Лауриновий замітник какао-масла використовують для повного заміщення натурального продукту при виготовленні суміші жирністю до 12 %. Сировиною для цього виду є пальмоядра, кокосова та інші олії, які мають певні характеристики. Лауриновий жир не можна поєднувати з натуральним какао-маслом.

#### 2. Зниження ваги виробів

Один з найпоширеніших прийомів кондитерів - зниження ваги продукції. Так, наприклад, батончики Mars і Snickers виробництва британських фабрик традиційно важили 62,5 грама, а потім «всохли» до 58 грамів. Мінус 7% - для ласунів непомітно, а виробнику велика економія.

#### 3. Екологічно стійке виробництво

Найбільші виробники шоколаду беруть активну участь в ініціативах екологічного виробництва, як-от Rainforest Alliance, UTZ та Fairtrade.

Американський кондитерський завод Mars Wrigley, провідний виробник цукерок у світі, виділив 1 млрд дол. на розробку какао-дерева, більш стійкого до спеки та впливу шкідників.

#### 4. Партнерська програма Cocolife

Врятуємо шоколад!!! Девіз цієї програми.

- Програма навчає фермерів раціонального ведення господарства

Поки фермери садили какао-дерева по-старому, як робили їхні батьки, діди і прадіди, урожай продовжував падати. Тепер, завдяки навчальним програмам від фахівців, фермери знають, як краще висаджувати молоді дерева, як лікувати зрілі і як доглядати за здоровими і плодоносними.

- Програма підтримує ферми з вирощування саджанців

Для того, щоб виростити сильну, здорове і плодоносне дерево, потрібно спочатку отримати якісний посадковий матеріал. Безконтрольне розмноження рослин передбачувано призводило до того, що плантації виснажувалися і ферма розорялася. Тепер фермери забезпечені якісними саджанцями.

- Програма допомагає в навчанні дітей

Одна з умов програми - заборона на використання дитячої праці на фермах, що є дуже розповсюдженою практикою. Окрім надання дітям освіти, програма передбачає

засадлягідь навчити дітей правильному веденню фермерського господарства. , цілком справляються самі.

➤ Програма вчить фінансової грамотності

Успішне фермерське господарство - половина справи: фермери потребують фінансової стабільності, яка дозволить їм не кидати сімейну справу і, по можливості, розширювати його. Cocolife вчить фермерів грамотно вкладати гроші в плантації, а це значить, що їх діти успадкують не просто ділянка землі з какао-деревами, а й сімейний бізнес, який хочеться не кинути, а розвивати.

➤ Програма підтримує жінок

З 2018 року на етикетках продукції 2018 році етикетки продукції Mondelez (знайомі тобі печеньки Oreo і Belvita, і шоколадки Milka, Toblerone і Alpen Gold) з'явився й еко-значок — символ партнерства з програмою Cocolife. Кожен раз, коли ти купуєш шоколадку, ти допомагаєш африканським фермерам стати успішніше. І знову робити для нас шоколад.

Хоча розмови про "шоколадний апокаліпсис" можливо трохи перебільшені, ризики є цілком реальними, і ми повинні пам'ятати про них.

Вселяє надію той факт, що всі учасники виробничого процесу роблять свій внесок у вирішення цих проблем.

Але чи зможуть вони забезпечити майбутнє шоколадній індустрії, ще належить побачити.

### Список використаних джерел

1. <https://www.cocolife.org/the-program/approach>
2. <https://allretail.ua/ru/news/60528-k-2025-godu-ves-shokolad-mondelez-international-budet-proizvoditsya-iz-kakao-vyrashchennogo-po-programme-cocoa-life>
3. <https://www.nkj.ru/archive/articles/36665/>
4. Самый шоколадный шоколад в мире –украинский. [Електронний ресурс]. URL: <http://lifedon.com.ua/> (дата звернення: 30.10.16).
5. 3. URL: <http://chocolatechocolate.jimdo.com/>

*Сірський Святослав*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Горішна Ганна викладач - методист, вищої категорії*

### СУЧАСНІ АСПЕКТИ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Хлібопекарська промисловість є важливою складовою продовольчого комплексу України, яка виробляє 6,9% продукції харчової промисловості. На діяльність підприємств хлібопекарської галузі впливають чинники зовнішнього середовища: споживчий ринок, активна конкуренція, платоспроможність населення, традиції споживання у регіонах. Внутрішнє середовище характеризується частковим оновленням технологій та модернізацією устаткування, позитивними тенденціями в оновленні продукції, що пропонується ринку. Вагомий чинник – ефективність використання трудових ресурсів. Значний вплив справляє політична та економічна ситуація в державі, зокрема на інвестиційну та інноваційну активність підприємств.

Особливістю хлібопекарської галузі України є те, що вона представлена широкою мережею вітчизняних хлібо заводів і пекарень, що забезпечують хлібом населення. В Україні зареєстровано 1747 підприємств з виробництва хлібобулочних виробів. Близько 80% продукції хлібопекарської галузі виробляється великими промисловими підприємствами. Решта продукції виробляється міні-пекарнями та пекарнями при супермаркетах. Останні дуже активно розвиваються в останні роки. Здебільшого



розширення асортименту пов'язане з використанням сучасного устаткування, за допомогою якого всі технологічні операції здійснюються на високому технічному рівні.

Згідно зі статистичними даними виробництво хлібобулочних виробів з кожним роком зменшується. Зокрема за 2014 рік вироблено 1335 тис. тонн, що на 12,0 % менше порівняно з попереднім роком та на 26,2% – порівняно з 2010 роком. Поглиблення спаду виробництва хліба та хлібобулочних виробів упродовж останніх років, коли на ринку було достатньо борошна, дає підстави зробити припущення про збільшення виробництва хліба міні-пекарнями та супермаркетами, що виробляють хліб під власною торговою маркою. Частка міні-пекарень становить 14,5% у загальному виробництві.[1]

Упродовж останніх років залишається незмінною також тенденція до підвищення як цін виробників, так і споживчих цін на різноманітні види хліба.

Зокрема ціна виробників хліба пшеничного (без ПДВ) зросла на 27,7%, хліба житньо-пшеничного – на 22,6%. Споживчі ціни хліба пшеничного зросли на 38,3%, а житньо-пшеничного хліба – на 26,0%.

Збільшення цін на хліб зумовлюється зростанням складових витрат на його виробництво, тобто ціни на борошно, допоміжну сировину, газ, електроенергію тощо. Так, 50-60 % собівартості хлібної продукції становить вартість матеріалів і енергії. Темпи зростання цін складових собівартості хліба значно вищі, ніж цін на хліб, що призводить до збільшення витрат на виробництво хліба та зумовлює збитковість його виробництва.

Можна виділити наступні чинники, які вплинули на зниження обсягів виробництва хлібу та хлібобулочних виробів в Україні: [2]

1. Вартісний. У 1990-х рр. виробництво хліба було дотаційним. Зі зниженням рівня дотацій із державного бюджету, багато підприємств зіткнулись із неефективною організацією виробництва, яка вилилась у надмірну собівартість продукції. Як наслідок, рівень виробництва знизився.

2. Технічний. Сучасний стан технічного обладнання та виробничих ліній на підприємствах хлібопекарської галузі є катастрофічним, адже ступінь зносу складає від 60 % до 70 %.

3. Демографічний. Втрата таких ринків збуту як АР Крим та окремі райони Донецької та Луганської області, у купі зі зниженням чисельності населення України, природньо позначилось на ринку хліба та хлібобулочних виробів.

4. Споживчий. В останні роки спостерігається розвиток сегменту заморожених хлібних напівфабрикатів. Зокрема, потрібно відзначити ріст попиту на заморожену випічку з боку супермаркетів.

На сьогодні в хлібопекарській галузі України існує багато проблем, серед яких, перше, потребує уточнення діапазон аналізу фінансових результатів роботи хлібопекарської галузі в контексті часу. Так, за радянських часів загальноприйнятим і загальнодоступним часовим діапазоном вважалась п'ятирічка, але з розвитком в Україні ринкових умов господарювання, які обумовлюють появу приватної форми власності і комерційної таємниці, зазначений часовий діапазон набув тенденції до звуження, що призвело до появи наукових праць, які базуються лише на порівнянні даних двох останніх років. Зараз вважається за доцільне розширити межі фінансового аналізу хоч би на рік, що дозволить уникнути пастки так званого «невдалого року».[3]

Друга проблема теж пов'язана із похибкою статистики, стосується наявності невеликих приватних пекарень, частка яких за різними даними коливається в межах 30-35 %. Також супермаркети, розпочавши активний наступ на регіони, запровадили власне випікання хліба та хлібобулочних виробів, що суттєво додає неточностей у статистичних обрахунках.

Третя проблема — моральне та фізичне старіння хлібопекарського обладнання, на якому здебільшого працюють так звані «спадкові підприємства» — у минулому потужні підприємства з часів СРСР. На думку фахівців галузі, низькі темпи оновлення обладнання на вітчизняних хлібозаводах збережуться і надалі через низьку рентабельність виробництва та відсутність державної підтримки галузі. Також ситуацію із модернізацією ускладнило

введення в 2005 році обов'язкової сплати ПДВ на імпорт обладнання, яке вноситься в статутний фонд підприємства. В результаті виникає потреба у встановленні високої ціни на хліб та хлібобулочні вироби.

Важливим завданням подальшого розвитку ринку хлібобулочних виробів є суттєве поліпшення забезпечення попиту споживачів якісними хлібобулочними виробами промислової випічки за прийнятними цінами, отримання на цій основі достатньої маси прибутку хлібопекарськими підприємствами та підвищення ефективності їх діяльності.

Стратегічні перспективи галузі пов'язані з посиленням її комплексного розвитку, основними напрямками якого повинні стати технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій; випуск нових продуктів з метою підвищення прибутковості галузі; досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції; формування та використання новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

#### **Список використаних джерел:**

1. «Основні аспекти сучасного розвитку підприємств хлібопекарської промисловості України» - А.Л. Солошенок, А.Ю. Мамочка.
2. «Сучасний стан та перспективи розвитку хлібопекарської промисловості України» - Д.В. Завертаний.
3. «Державне управління підприємствами хлібопекарської галузі України та напрями підвищення ефективності їх діяльності» - О.В. Ставицький.

***Бондарук Софія**  
Відокремлений структурний  
підрозділ «Фаховий коледж  
технологій, бізнесу та права  
Волинського національного  
університету імені  
Лесі Українки»  
м. Луцьк*

#### **УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ РЕЦЕПТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ**

Споживання борошняних кондитерських виробів зростає, як продуктів, що забезпечують різноманітні смаки та потреби дітей і дорослого населення. Однак, борошняні кондитерські вироби не завжди мають високу ступінь поживної та біологічної цінності, збалансований хімічний склад. У зв'язку з цим стає актуальним завдання розробки нових технологій борошняних кондитерських виробів, збагачених біологічно – активними речовинами з екологічно чистої рослинної сировини без використання синтетичних добавок.

Особливо перспективною сировиною в цьому відношенні є фрукти і продукти їх переробки. Відомо, що на сьогодні важливим питанням раціонального харчування людини є збільшення споживання фруктів. Харчова цінність фруктової сировини зумовлена особливостями її хімічного складу, зокрема наявністю в ній ряду біологічно активних речовин – цукрів, пектинів, харчових волокон, органічних кислот, вітамінів, мінеральних речовин.

Складністю використання свіжих фруктів в раціоні харчування протягом цілого року є великі втрати фруктової сировини при зберіганні і транспортуванні. Для збереження харчової цінності фруктів та ефективного використання у виробництві і розширенні асортименту повноцінних харчових виробів обумовили їх переробку у порошки.

Порошки мають приємний запах та смак. Колір порошоків дає можливість передбачити незначних змін кольору готових виробів з порошками, а високодисперсна структура

порошків з гарбуза, яблук, ананасів і бананів (розмір часток менш 0,25 мм) дозволить легко розподілити їх по всій масі продукту.

Виробництво порошків передбачає гідротермічний, термічний і хімічний метод обробки рослинної сировини, в процесі якого в ній відбуваються складні фізичні, фізико-хімічні, структурні та біологічні процеси, в результаті яких утворюється якісно новий продукт.

Обґрунтовано та розроблено технологію використання яблучного порошку для виробництва фруктового бісквіту, пряників та оздоблювальних напівфабрикатів. Встановлено, що використання рослинної сировини у рецептурах кондитерських виробів дозволяє одержати високоякісну готову продукцію, продовжує термін зберігання виробів, підвищує біологічну цінність. Новітні технології сприяють раціональному використанню сировини і поліпшенню якості кондитерських виробів.

Використання фруктових порошків дає можливість зменшити у бісквіті вміст борошна пшеничного на 30%, крохмалю картопляного на 40%, цукру-піску на 12%, у пісочному тісті – цукру-піску на 25%, масла вершкового на 25% , меланжу на 40% ( для виробів з банановим порошком); цукру-піску на 25%, масла вершкового на 35%, меланжу на 30% для виробів з ананасовим порошком). Встановлено також, що використання порошків у технологіях борошняних кондитерських виробів підвищує їх якість: збільшується пористість, питомий вихід виробів.

Використання білкового збагачувача із соєвих бобів для борошняної композиції суміші позитивно впливає на споживчі властивості печива, підвищує частку ненасичених жирних кислот у готових виробах та їх біологічну цінність

У виготовленні печива важливим є поєднання, пшеничного борошна із сухою пшеничного клейковиною у кількості від 2% до 20%. Їх попередньо змішують а потім проводять заміс тіста з іншими компонентами печива. Від 5% до 50% сухої клейковини можна вводить до складу начинок борошняних кондитерських виробів. Внаслідок цього отримують начинку з вологістю від 5% до 20%, що дозволяє зберегти хрусткі властивості покривних шарів із вафель або бісквітів.

**Висновки.** Впровадження продукції з використанням нових рецептурних компонентів у виробничу програму підприємства розширить асортимент готових виробів, збагативши їх мінеральними речовинами та вітамінами; знизить енергетичну цінність за рахунок зменшення вмісту цукру та жиру; призведе до покращення здоров'я споживачів.

#### Список використаних джерел:

1. *Ростовський В. С., Новікова О. В.* Технологія виробництва борошняних кондитерських виробів: навч. посіб. - К.: Ліра-К, 2009. - 547 с., 2016.
2. *Сирохман І. В.* Асортимент і якість кондитерських виробів. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 636 с
3. Інтернет-джерела:  
[www.br.com.ua](http://www.br.com.ua)– електронна бібліотека  
[www.ebooktime.net](http://www.ebooktime.net)– електронна бібліотека  
[www.buklib.net](http://www.buklib.net)– наукова бібліотека "Буковина"

*Гарасим Людмила*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*викладач вищої категорії,*  
*викладач – методист*

## СТРАТЕГІЧНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ

Хліб і хлібобулочні вироби - особливий вид продуктів харчування, який займає чільне місце на столі українців та має до 40% від загальної калорійності харчового раціону населення. Завдяки такому співвідношенню, виробництво хлібобулочних виробів можна вважати однією із стратегічних галузей економіки держави, яка забезпечує здоров'я нації та продовольчу безпеку держави. Підвищення якості, розширення асортименту, збільшення терміну зберігання значною мірою впливає на здоров'я людини, її активність та довголіття.

Останнім часом у зв'язку з погіршенням економічної ситуації, підприємства змушені додержуватися таких стратегічних напрямків у своїй діяльності, які б дали можливість протистояти тиску з боку конкурентів і бути спрямованими на створення переваг на ринку товарів та послуг. Тому розробка стратегії розвитку задля забезпечення конкурентоспроможності на ринку є актуальною задачею для підприємства будь - якої галузі, в тому числі і хлібопекарської.

На сьогоднішній день ринок хліба та хлібобулочних виробів Тернопільщини представлений асортиментом продукції різних пекарень. Найбільші виробники: ПП «Шумськ хліб»; Надзбруччя хліб, ТОВ; Тернопільхлібпром, ТОВ; Збараський хлібзавод, ТДВ; Тернопільхліб, ПРАТ; Моноліт ПП; Підволочиський хлібзавод, ТОВ; Микулинецький хлібзавод, ТОВ; ТзОВ «Бучачхлібпром».

В області, згідно з даними державної статистики про виробництво хліба і хлібобулочних виробів, звітує близько 20 хлібопекарських підприємств сумарною виробничою потужністю до 200 тонн хліба на добу або 70 тис. тонн в рік. За 2020 рік ними вироблено та реалізовано споживачам 10427 тонн хліба і хлібобулочних виробів, що на 828 тонн або на 7,4% менше, ніж за відповідний період 2019 року. З них: пшеничних сортів хліба вироблено 3727 тонн (на 304 тонни або 7,5% менше); житньо-пшеничних сортів – 5234 тонни (на 476 тонн або 8,3% менше); булочних виробів – 1444 тонни (на 58 тонн або 3,9% менше). За період з січня по березень 2021 р. хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання виготовлено 1419,7 т, що на 3,2% менше у порівнянні до аналогічного показника 2020 року[4].

Для подолання можливих проблем у сфері хлібопекарської галузі, ускладнених впливом кризових явищ, потрібно розробити ефективну маркетингову стратегію для управління діяльністю підприємств. Вибір стратегії розвитку хлібопекарського підприємства залежить від цілей, які ставить перед собою керівництво хлібопекарень.

Виходячи з цього, виробникам хлібопекарської галузі необхідно по-перше: вивчати форми поведінки споживачів з метою формування конкурентної маркетингової стратегії підприємства як інструменту отримання лідируючих позицій в галузі. Модель поведінки споживачів дає можливість підприємству знайти ті фактори, на які можна і потрібно впливати для активізації потреби споживача, переконати його у необхідності покупки, схилити його до покупки, сформувати прихильність до підприємства- виробника, змусити його купувати продукцію конкретного виробника знову. Для підвищення ефективності діяльності підприємств необхідним є мотивування споживачів[1].

По друге: утримання конкурентних переваг виробникам хліба можливе лише за умови розширення асортименту. Останнім часом українці більше стали цікавитися нетрадиційними сортами хліба: бездріжджовий; хліб, замішаний за стародавніми рецептами; хліб з мінералами; вітамінізований хліб; безглютеновий хліб; веганський хліб. Подібні сорти трохи дорожчі, тому обсяги продажів менші. Збільшується частка хлібної продукції завдяки популярності здорового харчування: хліб дієтичний і лікувально-профілактичний, з доповненнями зернових сумішей, висівок, фруктози, меду, горіхів, з добавками з овочів і фруктів, насінням соняшнику, льону, кунжуту, гарбуза.

По третє: перспективними напрямками також є побудова ефективної цінової стратегії, яка передбачає встановлення нижчих цін на хліб та хлібопекарські продукти, ніж конкуренти. Враховуючи наявність значної кількості малих приватних пекарень на ринку, великі хлібопекарські підприємства мають змогу ефективно застосовувати вказану стратегію. Підприємства, застосовуючи ефект масштабу, можуть зменшити витрати на закупівлю сировини, збільшити продуктивність праці шляхом розподілу праці, а також

шляхом виготовлення великого обсягу готової продукції протягом одного виробничого циклу. Вказані заходи дозволять забезпечити реалізацію продукції за конкурентоспроможною ціною.

Дієвим засобом залучення клієнтів для хлібопекарської промисловості виступає запровадження супутніх послуг, таких як служба доставки, якщо інші виробники неготові її запропонувати. Така стратегія розвитку може бути реалізованою для приватних пекарень супермаркетів Тернопільщини: Novus, FozzyGroup(Сільпо), АТБ та інших виробників хліба під власною торговою маркою, оскільки великим підприємствам важче змінювати асортимент готової продукції. Асортимент пекарень супермаркетів, крім основних сортів хліба, збільшився на: французький багет, бріош, чабату, пумпернікель (вестфальський хліб), лапландський хліб, лангош, кельтський хліб, фокачу, лаваш, матнакаш, тортіллю. Приватні мініпекарні можуть виготовляти виключно хлібопекарські продукти до конкретних свят з метою орієнтації на здорове харчування, використовуючи органічні або веганські продукти.

Особливої уваги заслуговує активізація інноваційної діяльності підприємств хлібопекарської галузі, обумовлена виникненням та поширенням якісно нових потреб споживачів. Споживач стає вимогливим, високообізнаним і розвиненим у галузі використання комп'ютерної техніки та мобільних пристроїв. Тепер він може вивчати одночасно продукцію кількох виробників, порівнюючи ціни та пропозиції, перш ніж прийняти остаточне рішення відносно покупки, користуючись при цьому різними цифровими каналами. Він приймає рішення на основі відгуків, коментарів, рекомендацій у мережних співтовариствах, а найвищу цінність має зручність, екологічність і економія часу [3]. Як наслідок, конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю орієнтуватися на споживача, відповідати його запитам, адже саме він є джерелом реальних доходів. Тому перед підприємствами постає ключове завдання – задовольняти ціннісні очікування споживачів, забезпечуючи при цьому зручність, прозорість, доступність, що потребує значної кількості ресурсів.

Таким чином, для підвищення ефективності підприємств хлібопекарської галузі необхідно розробляти ефективну стратегію ціноутворення; для отримання лідируючих позицій на ринку, вивчати форми поведінки споживачів, розширювати асортимент, запроваджувати супутні послуги та активізувати інноваційну діяльність галузі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Повержук Ю.М. Стратегії розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств. Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернетконф., 19 жовт. 2017 р. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 85-87.
2. Ліпич Л. Г. Методи визначення потреб індивідуальних споживачів: монографія .Луцьк: „Настир'я”, 1999. 208 с.
3. Федулова Л. І. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств торгівлі. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2017. № 3. С. 48–64.
4. Інформація про стан розвитку промислового сектору економіки в Тернопільській області- [Електронний ресурс].- Режим доступу <http://www.oda.te.gov.ua/main/ua/6967.htm>

**Баньковська Катерина**  
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій та торгівлі»,  
м.Тернопіль  
Науковий керівник: **Горішна Ганна**  
викладач-методист вищої категорії

## ЗБИВНІ КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ БЕЗ ЦУКРУ

Суттєве занепокоєння дієтологів, науковців викликає зростання рівня споживання цукру, особливо у розвинених країнах світу. Одним із чинників, що обумовлює таку тенденцію, є розширення виробниками асортименту та кількості пропонованих на ринку привабливих кондитерських виробів, які містять у своєму складі значну кількість цукрів (50...95 %). Зниження вмісту цукру при виробництві кондитерських виробів або його повне виключення ускладнюється тим, що окрім надання солодкого смаку, він обумовлює формування структури виробів. Так наприклад, при виробництві зефіру, якій відноситься до групи пастиломармеладних виробів, наявність цукру забезпечує утворення як піноподібної так й драглеподібної структури .

Метою проведених досліджень є обґрунтування можливості отримання зефіру без цукру за рахунок використання замість нього суміші яблучного порошку, рисового крохмалю, полідекстрази та сорбіта. Цінність яблучного порошку обумовлена вмістом великої кількості харчових волокон, а також вітамінів (С, РР), мінеральних речовин (калію, натрію).

Полідекстроза представляє собою полісахарид, який проявляє властивості харчових волокон, а саме не засвоюється в організмі людини, та характеризується дуже низькими калорійністю, солодкістю та глікемічним індексом. Додавання рисового крохмалю забезпечить отримання необхідної структури виробу . Для надання солодкого смаку використовували сорбіт, який практично не впливає на рівень глюкози крові .

При отриманні зефіру фруктове пюре збивають з цукром і яєчним білком до певної густини для створення піноподібної структури, яку закріплюють агаро-цукрово-патоковим сиропом. При розробці виробів без цукру, у цукрово-фруктовій суміші його замінювали на суміш яблучного порошку та рисового крохмалю, а у сиропі - на полідекстразу та сорбіт. Фруктово-крохмальну суміш підігрівали до температури  $70 \pm 2$  °С, що забезпечує клейстеризацію крохмалю, і, як наслідок, зв'язування зайвої вільної вологи. Після охолодження суміш збивали з яєчним білком впродовж 11 – 14 хвилин, при цьому маса насичується дрібними бульбашками повітря та забезпечується зниження густини. Далі додавали сироп з сорбітом та полідекстразою з температурою 95°С та вмістом сухих речовин 85 % у відповідності з традиційною технологією.

Якість зефірних виробів, які створюються у результаті процесів піно- та драглеутворення, багато в чому обумовлена його структурно-механічними властивостями. Тому визначали вплив зміни рецептурних компонентів на густину збивної маси та її міцність за граничною напругою зсуву.

Піноподібна структура зефіру представляє собою двофазну систему газ-рідина що утворюється у при інтенсивному перемішуванні підготовленої фруктової суміші з білком. При цьому відбувається насичення маси повітрям, яке захоплюється і подрібнюється на дрібні частинки, і як наслідок, зніжується густина маси.

У результаті проведених досліджень встановлено, що у дослідному зразку спостерігається біль висока густина – 482 кг/м<sup>3</sup> , що у 1,4 рази більше ніж у контролю (рис. 1). Можливо, це обумовлено збільшенням в'язкості фруктово-крохмальної суміші унаслідок клейстеризації крохмалю, що ускладнює процес насичення маси повітрям.

Міцнісні властивості зефіру, який характеризується піноподібною структурою, безпосередньо пов'язані з властивостями плівок, які обволікають газові бульбашки. При заміні цукру у складі фруктової суміші на яблучний порошок з крохмалем та цукру у складі сиропу на сорбіт з полідекстразою спостерігається збільшення граничної напруги зсуву дослідного зразка у порівнянні з контролем у 1,2 рази.



**Рис. 1 – Густина зефірної маси**

Визначенні фізико-хімічні показники якості зефіру (табл.1) показали, що дослідний зразок відрізняється декілька більшими вологістю, вмістом редукувальних речовин і кислотністю.

Органолептичні показники отриманих виробів, такі як світло-кремовий колір та яскраво виражений фруктовий смак у сукупності з підвищеною густиною, більш притаманні пастилі.

Однак, висока в'язкість дослідної зефірної маси дозволяє формувати її відсадженням, забезпечуючи необхідну формоутримувальну здатність.

Результати досліджень свідчать про можливість заміни рецептурної кількості цукру сумішшю яблучного порошку, рисового крохмалю, полідекстрази та сорбіта при виробництві зефіру що дозволить розширити асортимент кондитерських виробів зі зниженою цукров-місністю.

При виробництві зефіру кислотність готових виробів та вміст редукувальних речовин обумовлені, в основному хімічним складом рецептурних компонентів.

Тому, підвищення цих показників у дослідному зразку може бути пов'язано з наявністю у рецептурі яблучного порошку до складу якого входять прості цукри та органічні кислоти.

Найменування показника	Контроль	Зразок
Вологість, %	22,86	26,17
Масова частка редукувальних речовин, %	11,2	14,1
pH	5,95	5,32

#### **Список використаних джерел:**

1. Кузнецова, Л. С. Технология и организация производства кондитерских изделий : учеб. [для сред. проф. образования] / Л. С. Кузнецова, М. Ю. Сиданова. – М. : Академия, 2009. – 480. – ISBN 5-7695-2150-3
2. Шульга, О.С. Яблучний порошок як добавка для підвищення харчової цінності карамелі [Текст] / О.С. Шульга, Т.В. Каменчук, С.І. Шульга // Ukrainian Food Journal. – 2012. - № 2. - С. 59-61.
3. Иоргачева, Е.Г. Структурно-реологические свойства диетического мармелада [Текст] / Е.Г. Иоргачева, В.Ю. Толстых, К.В. Аветисян // Наукові праці. –2009. – № 36, том 1. С. 131-134.

4. Справочник по гидроколлоидам [Текст] / Г. О. Филлипс, П. А. Адамс ; пер. с англ. под. ред. А. А. Кочетковой, Л. А. Сарафановой. – СПб. : ГИОРД, 2006. – 536 с. – ISBN 5-98879-033-X.

5. Дорохович, А.Н. Сахарозаменители и подсластители, их преимущества и недостатки с позиции их применения при производстве кондитерских изделий [Текст] / А.Н. Дорохович, В.В. Дорохович, О.М. Яременко // Продукты & ингредиенты. – 2011. - № 6 (8). – С. 46-48.

*Кобилюх Каріна*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»  
м.Тернопіль*

*Науковий керівник: Головчинська Руслана  
викладач вищої категорії*

### **ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ДЕСЕРТІВ В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ**

Національні десерти-це солодоші які більш адаптовані в певній країні ніж в інших.

Млинці– є національним десертом в Україні. В кожній господині є різні рецепти млинців, але не зміни ми інгредієнтами є молоко цукор сіль яйця і олія.

Вагас- національний Японський десерт. Головною особливістю вагасі є те, що для виготовлення солодошів використовують виключно натуральні інгредієнти.

Гулабджамун- десерт Індії. кульки з сухого молока із невеликим додаванням борошна, які смажать до золотистої скоринки, а потім опускають у солодкий сироп з кардамоном.

Альфахор- національний десерт Аргентини. Це подвійне пісочно-ванільне печиво, між половинками якого поміщається начинка: варене згущене молоко, карамель або джем.

Ум малі- національний десерт Єгипту. Це шматочки хліба з сухофруктами які посипані цукром і залиті вершками.

Прекмурська гібаніца-найполярніший національний десерт в Словенії. Листкове тісто в якому по чергово запрявляли домашній сир, яблучний джем і мак.

Чуррос- національний десерт в Іспанії. Палички з м'якого тіста, приготовані з пшеничного борошна та багатьох інших інгредієнтів

Тірамісу- національний десерт Італії. Готується страва з яєць, сиру маскарпоне, бісквітного печива, вершків, бренді, цукру, рому та тертого шоколаду або какао.

Штрудель- національний десерт Австрії. Штрудель - кондитерський виріб у вигляді рулету з прісного, тонко розкотив і витягнутого тіста, з різною начинкою

Польська кремівка–національний десерт Польщі. Це торт, в основі якого листкове тісто і ніжний заварний крем.

### **Список використаних джерел:**

1.Творун С.О. Українські обрядові хліби: на матеріалах Поділля. /С.О. Творун. Вінниця: Книга-Вега, 2006 р. с. 96, іл.

2. Арутюнов С. А., Воронина Т. А. Хлеб в народной культуре: этнографические очерки. "Наука", 2004. с. 412

3. інтернет ресурси  
- інтернет ресурси

*Сеньків Олександр*

*ВСП «Гусятинський фаховий коледж Тернопільського національного технічного  
університету імені Івана Пулюя»  
смт. Гусятин*

*Науковий керівник: Олексюк Людмила  
викладач основ екології та хімії,*

*науковий ступінь керівника: кандидат біологічних наук*



## ПРИЧИНИ ВИКОРИСТАННЯ МИГДАЛЕВОГО БОРОШНА У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Мигдаль - це вид олійного походження, отриманого з мигдального дерева родини Розові, воно має запашні біло-рожеві квіти, зустрічається в країнах з помірним кліматом, таких як Португалія, Іран, Афганістан та Австралія.

Дивовижне мигдальне борошно містить мигдаль, який просто перетертий, що дає усі можливість засвоїти всі його поживні речовини. В одній чашці цього борошна міститься близько 90 мигдалин, що забезпечує понад 100 відсотків добової потреби у вітаміні Е. Мигдальне борошно є набагато кращим від обробленого пшеничного борошна, яке не несе для здоров'я ніякої користі. Розглянемо переваги та недоліки мигдального борошна.

Переваги:

1. Низький вміст вуглеводів.

Саме білки та жири сприяють тривалій ситості. В 100г мигдалю міститься 18,6г білків, що складає 36,2% від добової норми і 53,7 г жирів, що становить 95,9% від добової норми. Таким чином, мигдаль забезпечує ситість з відчуттям легкості в шлунку.

2. Не містить глютену.

Як показують дослідження, мигдальне борошно, природно, не містить цієї групи білків, що робить його хорошим вибором для людей, що чутливі до глютену.

3. Покращує міцність кісток та зубів.

Мигдаль містить велику кількість кальцію, магнію та фосфору, забезпечуючи міцніші зуби та кістки, допомагаючи боротися з остеопорозом.

4. Енергетична їжа.

Серед компонентів мигдалю є мідь, марганець та рибофлавін. Поєднання корисних жирів, - макро та -мікро елементів, рибофлавіну, марганцю, міді робить це борошно натуральним енергетиком

5. Багатий білком.

Маючи високі дози білка, мигдальне борошно - хороший варіант для тих, хто займається фізичними вправами, допомагаючи набрати м'язову масу.

6. Запобігає ураження мозку:

Вітаміни В6 і Е борються зі старінням нейронів, допомагаючи зберегти гарну пам'ять. Крім того, магній ще зміцнює нейронну мережу, а омега 3 і 6 сприяють правильній роботі мозку

7. Здорове серце

Більше 65% жиру в мигдальному борошні є ненасиченим, що допомагає підтримувати здоровий рівень холестерину. Також вживання мигдального борошна знижує ризик ішемічної хвороби серця, підвищує кровообіг, знижує артеріальний тиск.

8. Стримує формування раку.

За результатами дослідження Каліфорнійського університету, виявлено, що вживання мигдалю зменшують оперативні вогнища крипти(скупчення аномальних трубчастих залоз у слизовій оболонці товстої та прямої кишки) в тваринній моделі раку товстої кишки.

9. Допомагає регулювати цукор в крові діабетикам.

Для здорових людей мигдаль знижує пострадіальну глікемію (рівень глюкози після їжі), а також підвищується рівень антиоксидантів

Побічні ефекти

Одним із найвагоміших недоліків мигдалю є важкість у переробці, так як він містить велику кількість клітковини. Тому, якщо організм не звик до таких перевантажень, мигдалеве борошно може призвести до розладу або здуття шлунка.

Також мигдаль має досить велику харчову цінність, а сам: на 100г продукту 603ккал. Якщо порівняти з простим борошном, в якому 338 ккал на 100г, що майже вдвічі менше. Це може призвести до перевищення добової норми калорій і, відповідно, до лишньої ваги.

Мигдальне борошно не підійде тим, хто має алергію на мигдаль. Переважно такі люди стажають алергією не лише на мигдаль, але і на інші види продуктів.

Отже, мигдальне борошно є прекрасною альтернативою пшеничного. Воно буде позитивно впливати на здоров'я, сприяти запобіганню онкозахворювань, підвищенню продуктивності та самопочуття. Слід зазначити, щонавіть з корисним мигдальним борошном слід бути обережним, адже надмірне споживання може призвести до порушень шлунково-кишкового тракту, викликати алергію, та спричинити ожиріння.

#### **Список використаних джерел:**

1. <https://ukr.lebaragosse.com/almond-flour-good-reasons-and-recipes-to-add-it-to-your-menu-67575>
2. <https://uk.drderamus.com/almond-flour-1822>

УДК 664.641.4

*Хомишак Інна*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Лісовська Тетяна*

*к.т.н., викладач вищої категорії*

### **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ВИДІВ БОРОШНА В ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ХЛІБА**

Сьогодні питання безглютенового харчування набуває щоразу більшої актуальності враховуючи ріст генетичних та алергічних захворювань. Целіакія – це полівалентна харчова алергія, тобто захворювання, що вимагає корекції харчування через стійку непереносимість білків ендосперму зерна злакових: пшениці, вівса, жита та ячменю. Для повноцінного фізичного розвитку і підвищення якості життя населення з цим захворюванням їм необхідно дотримання по життєвої дієти, тобто вживання харчових продуктів, що не містять глютен. Виникає необхідність розробки спеціалізованих продуктів харчування для людей, що потребують по життєвої дієти у зв'язку з вищеописаним захворюванням.

Насіння і борошно амаранту входять до переліку необхідних продуктів для людей з целіакією, для тих, хто вибрав для себе харчування без глютену з метою профілактики захворювань і для схуднення. За вмістом таких незамінних амінокислот, як лізин та метіонін, білок амаранту перевищує традиційні зернові культури [1]. Також ця рослина є джерелом клітковини, поліненасичених кислот, фітостеролів, фосфоліпідів, сквалену, вітамінів С, Е, РР, В2, В1, А, фолату, макро- та мікроелементів (натрію, магнію, калію, фосфору, кальцію, феруму, купруму), які необхідні для оптимального функціонування органів травлення, імунної та ендокринної систем тощо. Вивчення можливості використання борошна амаранту в технології безглютенового харчування стає актуальним, також у зв'язку з його унікальною здатністю пристосовуватися до різних умов навколишнього середовища [2].

Якщо говорити про борошно амаранту, то слід визнати, що воно не підходить для утворення тістових структур. Тому амарант, як правило, використовується для збагачення білків в хлібобулочних виробах [2]. Оскільки в амарантового борошна переважають водо- і солерозчинні білки, то в міру збільшення його дозування в борошняній суміші кількість клейковини, що відмивається повинно закономірно зменшуватися. На практиці дану закономірність спостерігали лише при дозуванні амарантового борошна менше 15 % від загальної маси борошна. При дозуванні ж 20 % від загальної маси борошна відзначено різке зниження кількості клейковини, що зумовлено характерною особливістю білків борошна амаранту і відсутністю в них фракцій клейковини. Відзначено також, що клейковина, яку відмивали з суміші пшеничного і амарантового борошна має більш темний колір і в міру збільшення дозування амарантового борошна стає менш еластичною і коротко рваною.

В Україні проведено дослідження, що дозволили встановити оптимальні параметри (температура і тривалість) термічної обробки борошна амаранту, які сприяють покращенню його функціонально-технологічних властивостей. Під час такого оброблення за температури 120 - 140° С впродовж 10–40 хв борошно амаранту набуває темнішого кольору (від кремового до світло-коричневого) та приємного горіхового аромату, зменшується водопоглинальна здатність на 8...13% порівняно з не обсмаженим. Це пояснюється тим, що термічно оброблене борошно характеризується меншим вмістом водорозчинних фракцій білка і крохмалю [3]. Незважаючи на результати попередніх досліджень, хлібобулочні вироби з добавками продуктів переробки амаранту потребують подальшої розробки.

#### Список використаних джерел:

1. Topwal M. Review on Amaranth: Nutraceutical and Virtual Plant for Providing Food Security and Nutrients. Acta scientific agriculture. 2019. Vol. 3. Iss. 1. P. 9–15.
2. Буяльська Н.П., Литвиненко О.О., Денисова Н.М. Використання продуктів переробки амаранту у виробництві хлібобулочних виробів. Технічні науки та технології 2019. № 3. (17).
3. Миколенко С. Ю., Царук Л. Ю., Чурсінов Ю. О. Вплив продуктів переробки амаранту і чіа на якість хліба. Вісник Національного Технічного Університету «Харківський політехнічний інститут». Серія: Нові рішення у сучасних технологіях. 2019. №5 (1330). С. 145–151

*Мацюк Світлана*

*ДНЗ Тернопільське училище технологій та дизайну  
м. Тернопіль  
старший викладач, спеціаліст вищої категорії,*

### ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ БІСКВІТІВ

На сьогоднішній день виробництво кондитерських виробів є однією з найбільш розвинутих галузей харчової промисловості України. Наразі ця галузь все швидше розвивається, поєднуючи в собі всі сучасні тенденції.

Смаки споживачів завжди змінюються, тому більшість виробників слідкує за тенденціями на світовому кондитерському ринку, щоб створити продукцію, яка здатна привернути покупців.

Український кондитерський ринок пройшов етап формування та активного розвитку і на сучасному етапі знаходиться на стадії жорстокої конкурентної боротьби за споживача.

З кожним днем в Україні відкривається все більше кондитерських. В Тернополі було відкрито чимало таких закладів. Сучасні кондитерські у м. Тернопіль пропонують широкий вибір дитячих тортів, (за мотивами казок чи казкових героїв), весільні та святкові торти, корпоративні торти та тістечка, святкові пряники, солонка випічка, різні десерти та напої. Наприклад, пекарня «Амарант», кав'ярня «Kvarta», Lviv Croissants, кондитерська-кав'ярня "Вільямс", кондитерська "Ringo-Радість".

Ці заклади, поєднують нові технології, сучасний дизайн та оформлення кондитерських виробів, саме тому стають прихильниками споживачів.

У житті є багато простих і зрозумілих нам речей, улюблених нами саме за це. Для тих, хто захоплюється випічкою і кондитерським справою, бісквіт - якраз і є такою річчю. Це одна з тих основ, з якою ми знайомимося на початку нашого кондитерського шляху. Яка стає нашим надійним союзником в приготуванні величезної кількості тортів і десертів.

Збиті яйця з цукром і борошно - незмінна база. Але рано чи пізно хочеться зрозуміти - а що ж є ще? А якщо додати какао і мигдалеве борошно? І починаються експерименти ...

Сьогодні ми поговоримо про види бісквітів, дізнаємося про історію їх виготовлення.

На прикладі джерел радянських часів, бісквіт виготовляють збиванням яєць (меланжу) з цукром, до збільшення обсягу в 3 рази і подальшим замісом цієї збитої маси з борошном, розлитої в форми і без зволікання відправлене на випічку.

Термін бісквіт в англomовних країнах означає випечений продукт харчування, створений на основі борошна. Англomовний термін «бісквіт» (англ. Biscuit) не тотожний терміну «бісквіт» в українській мові, під яким зазвичай розуміється бісквітне тісто або бісквітний торт. Аналог цього поняття в англійській мові — термін «spongecake».

Сучасна різниця в англійській мові стосовно слова "бісквіт" описана британською кулінарною письменницею Елізабет Девід в книзі "Англійський хліб та дріжджова кулінарія" (англ. EnglishBreadandYeastCookery), в частині "Дріжджові булочки і маленькі чайні тістечка" (англ. YeastBunsandSmallTeaCakes) і в розділі "М'які бісквіти" (англ. SoftBiscuits). Вона пише, «Цікаво, що ці м'які бісквіти (такі як скони) є властивими для Шотландії та Гернсі, і що термін бісквіт, що застосовується до м'якого продукту, зберігся в цих місцях і в Америці, тоді як в Англії він повністю вимер».

Термін «biscuit», у свою чергу, використовується для позначення двох зовсім різних продуктів у Північній Америці та країнах Британської Співдружності:

У Сполучених Штатах бісквіт — це маленький, м'який, квасний хліб, який подібний до булочки. На півдні США є регіональний термін «Beatnbiscuit», що означає виріб, який за своєю суттю ближче до британської форми та HardTack[2]. Бісквіт зазвичай називають "бісквітом з розпушувачем"[3], або "бісквітом з сколотиною" якщо в якості рідини використовується сколотини, а не молоко.

У країнах Співдружності бісквіт — це маленький та обов'язково твердий, часто солодкий, спечений продукт, який назвали або печивом, або крекером у Сполучених Штатах, і булочка або печиво у Канаді. Бісквіти на Британських островах можуть бути несолодкими (несолодкі бісквіти часто згадуються як «крекери»), або солодкими, такі як шоколадні булочки, руді горіхи, тістечка з заварним кремом або бісквіти «Nice». У країнах Співдружності та Ірландії термін «куки» зазвичай відноситься тільки до одного типу бісквіта (солодше випечене тісто, зазвичай містить шоколадну стружку або родзинки); проте в місцевому масштабі це може також ставитися до певних типів бісквіта або хліба[4].

На сучасному етапі розвитку кондитерської промисловості, коли на ринку представлений широкий асортимент традиційної випічки з бісквітного тіста, виробників цікавить використання нових сировинних інгредієнтів з метою створення інноваційних продуктів. Проте слід відзначити, що виробів спеціального та функціонального призначення у нас наразі доволі мало.

Бісквіти поділяють на такі види:

- ✓ основний (яйця, цукор, борошно, крохмаль) холодний спосіб і з підігрівом,
- ✓ з какао (яйця, цукор, борошно, крохмаль, какао порошок),
- ✓ масляний (яйця, цукор, борошно, масло вершкове),
- ✓ горіховий (яйця, цукор, борошно, горіхове борошно),
- ✓ буше відрізняється від основного бісквітом рецептурою і тим, що збивають окремо жовток і білок з цукром. За формою бісквіт круглий,
- ✓ бісквіт Новий. Рецептuru була розроблена на фабриці Більшовик в 1966 році. Відрізняється від основного бісквіта тим, що додається вода і зменшується кількість меланжу і відрізняється сама рецептура по співвідношенню сухих інгредієнтів

Основні бісквіти інших країн поділяють на:

- ✓ Класичний бісквіт (яйця, цукор, борошно),
- ✓ Желуаз (яйця, цукор, борошно, масло вершкове),
- ✓ Дакуаз (білок, цукор, горіхове борошно, цукрова пудра),
- ✓ Джоконда (яйця, горіхове борошно, цукрова пудра, борошно, білок цукор, вершкове масло),
- ✓ Шифоновий бісквіт (яйця, цукор, борошно, рослинне масло),
- ✓ Муалем. Ніжний бісквіт (білок, цукрова пудра, горіхове борошно, вершкове масло),

- ✓ Білковий бісквіт або Ангельський бісквіт (білок, цукор, борошно),
- ✓ Ангельський БІСКВІТ («ЇЖА АНГЕЛОВ»)

Сьогодні ринок наповнений корисними кондитерськими виробами, що дозволяє насолоджуватись смачними продуктами.

Проведений аналіз видів, технології приготування бісквітів дає змогу розширити асортимент тортів, тістечок, десертів, отримати нові види конкурентоспроможної продукції для закладів ресторанного господарства. Це сприяє розвитку кондитерської промисловості. Виготовлення кондитерської продукції з використанням сучасних видів бісквітів в Україні виходить на новий, більш високий професійний рівень.

#### **Список використаних джерел:**

1. ElizabethDavid (1977) EnglishBreadandYeastCookery, PenguinBooksLtd., London ISBN 0-7139-1026-7
2. ↑ Olver, Lynne. TheFoodTimeline: historynotes--cookies, crackers&biscuits. TheFoodTimeline.
3. ↑ BakingPowderBiscuitsSource: U.S. DepartmentofDefense. Theodora'sRecipes[sic]. Прочитовано 2013-12-20.
4. ↑ . OxfordUniversityPress. «InScotlandtheusualnamefor a baker'splainbun; in U.S. usually a smallflatsweetcake (a biscuitin U.K.), butlocally a nameforsmallcakesofvariousformwithorwithoutsweetening. Also S. Afr. andCanad.»
5. Кроніковський Д. О. Тенденції кондитерської промисловості України //Ефективна економіка. [Електронний ресурс]/— Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3460>

**Чумак Дмитро**

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль*

*Науковий керівник: **Мацюк Світлана**  
викладач вищої категорії, старший викладач*

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ОЗДОБЛЕННІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В КОНДИТЕРСЬКИХ М. ТЕРНОПОЛЯ**

Щоб йти в ногу з ритмом сучасного життя, виробникам солодощів доводиться уважно слідкувати за тенденціями на світовому кондитерському ринку. Смаки споживачів постійно змінюються, еволюціонують, трансформуються. Особливо це стосується солодощів, тому виробники не шкодують ні сил, ні ресурсів на розробку і створення нових продуктів, які здатні привернути увагу покупців.

У наш час торти стали справжніми витворами кондитерського мистецтва, здатними задовольнити найбільш вишуканий смак, прикрасити найкращий стіл на святі. Саме тому, головною ознакою тортів є їх художнє оформлення та декорування. Тут майстри-кондитери проявляють свій мистецький смак і завдяки сучасним оригінальним оздоблювальним напівфабрикатам створюють шедеври. Тортам, тістечкам і іншим борошняним кондитерським виробам надають красивий зовнішній вигляд, використовуючи прикраси, виконані з різних кондитерських мас і заготовок: квіти, листи, бордюри, фігурки, орнаменти і написи.

Красиві вироби викликають естетичну насолоду і апетит. Таким ефектом володіють декоративні елементи, за допомогою яких декорують борошняні кондитерські вироби. [1, с.159].

Для дослідження сучасних тенденцій в оздобленні кондитерських виробів у м. Тернополі у пошуковій роботі ми розглянули асортимент виробів кондитерських "КолЄжанка Кав'ярня Кондитерська" і «Кондитерський дім Блажевських».

Оздоблювальні напівфабрикати призначені для художнього декорування тортів і тістечок, надання виробам аромату, смаку, характерного тільки для даного виду борошняних кондитерських виробів.

В залежності від основної використовуваної сировини, їх можна класифікувати наступним чином: цукристі напівфабрикати; креми; напівфабрикати на желатиновій (гелевій) основі; обсипання; фруктово-ягідні напівфабрикати; оздоблювальні напівфабрикати з продуктів і сумішей промислового виробництва.

На поверхні тортів і тістечок виконують різні види оздоблень: геометричні орнаменти, малюнки з квітів і листя, оздоблення за допомогою фігурок з мастики, марципану, шоколаду.

Нові тенденції в декоруванні тортів:

1. Кондитерські майстри пропонують робити тематичне оформлення, попередньо продумане і стильне. Можна створити декор за мотивами якогось сюжету з улюбленого мультика або фільму.

2. В оздобленні слід використовувати фрукти, цукати, шоколадні фігурки, горішки та ін.

3. Не слід використовувати такі деталі, як листочки, яскраві квітки, незрозумілі кремові рюші. Це давно застарілі варіанти.

4. Торт слід оформляти, дотримуючись певної стилістики. Можете додати незвичайні детальки, щоб надати десерту особливого настрою.

5. Досить популярним трендом стало поєднання декількох кольорів в одному торті. Це виглядає свіжо і досить цікаво.

6. Але не слід забувати про мінімалізм. Не перевантажуйте торт зайвими однотонними елементами, щоб він не виглядав химерним.

7. Залишається в моді мастика. Даний пластичний матеріал дозволяє втілити самі незвичайні ідеї декору, створити унікальні фігурки і деталі. Крім усього іншого, такі красиві торти довго зберігають товарний вигляд і чудовий смак в порівнянні з кремовими.

8. Також можна прикрасити випічку шоколадною глазур'ю або ж піднести десерт в «голому» варіанті, тобто оформити ягодами, фруктами, живими квітами.

Світові техніки оздоблення кондитерських виробів:

1. «Килимові» та «кошлаті» торти. Головна особливість цих десертів в тому, що зовні вони схожі на килимову поверхню. І досягається такий ефект завдяки помадці і крему.

2. Солодкий прованс. Його основа — натуральна краса, простота і різноманітність фарб прованських пейзажів.

3. Мармурові торти. Мастика, глазур, в яких змішані різні пастельні відтінки, створює ефект мармуру.

4. Недбалі фарби. Різнобарвні бризки й краплі, недбалі мазки та напівпрозорі розводи з ефектом акварельної фарби, доповняють цей яскравий тренд.

5. Золотий кандурин. Торти, покриті харчовим золотом виглядають дуже багато і вишукано, і відмінно підходять під різні урочистості.

6. Рустик — дотик природи. Разом із легкою недбалістю поєднується витончений та елегантний стиль, адже у природі все урівноважено і впорядковано, немає нічого зайвого.

7. Крапельні торти. Поєднання шикарного і невимушеного стилю — глазур найрізноманітніших та відтінків покриває верх і витонченими краплями стікає по боках.

8. Торти-камені. З вигляду це просто шматок мармуру, а насправді дуже смачний торт, що складається з декількох шарів бісквіта, покритого мармуровим марципаном і прикрашеного їстівним золотом.

9. Торти "Цифра" і "Літера". Принцип торта зрозумілий і простий: тонкі коржі, вирізані за певним трафаретом у вигляді літери або цифри з'єднані між собою кремом., який відсаджують за допомогою кондитерського мішка у вигляді однакових "крапель". Зверху такого торта - декор з живих квітів, меренг, макарунів - тут вже кондитери можуть проявляти фантазію.

10. Техніка барельєфу. Сучасна мінімалістична техніка, в якій акцент робиться не на палітру, а на текстуру крему.

Проаналізувавши, роботу таких закладів м. Тернополя, як "КолЄжанка Кав'ярня Кондитерська" і «Кондитерський дім Блажевських» я бачу, що на зміну традиційним приходять все більш абстрактні й художні стилі: ручний розпис, кристали, пір'я, рюші, бризки... Витісняючи пастельні та нейтральні відтінки на перший план виходять яскраві кольори й контрастні поєднання. Природний, «селянський стиль» поєднується з сучасним «індустріальним шиком», з його металічним блиском та чіткими формами.

Отже, харчовий декор з кожним роком стає все більш вишуканим та різноманітним. Оскільки споживач, в першу чергу, оцінює зовнішній вигляд кондитерських виробів, а потім їх смак, тому сучасні виробники активно розробляють все більш яскраві та неповторні види декору, вдосконалюють техніки та інгредієнти для оздоблення кондитерських виробів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кондитерська промисловість: традиції та інновації. Вітчизняний та світовий досвід [Електронний ресурс] : наук.-допом. бібліогр. покажч. [упоряд. : О. В. Олабоді] ; Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка. Київ, 2018. - 158 с.

2. Малювання, ліплення та сучасні способи оздоблення борошняних кондитерських виробів: підручник / О.В. Новікова та ін. Харків, 2014. 316 с.

3. Новікова О. В. Технологія виробництва борошняних кондитерських виробів. Підручник. – Х.: Світ Книг, 2019, - 398 с.

4. Прядко Т. П., Харітон Т. Я. Інноваційні технології у виробництві борошняних кондитерських виробів. Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Київ, 29-30 жовт. 2012 р. Київ : НУХТ, 2012. С. 282-284.

5. Собко А. Інноваційні технології борошняних кондитерських виробів функціонального призначення для учнів : Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019. Т. 2, № 1. С. 94 -108. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci\\_2019](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci_2019)

**Чорна Софія**

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Ткач Наталія*

*викладач першої категорії*

#### **АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕКСТРАКТІВ ДИКОРΟΣЛИХ РОСЛИН НА ЗБЕРЕЖЕННЯ СВІЖОСТІ ХЛІБА**

Хліб та хлібобулочні вироби - найбільш дешеві й доступні продукти харчування, які слугують одним з основних джерел необхідних організму харчових речовин: рослинних білків, вуглеводів, вітамінів, макро- і мікроелементів, харчових волокон. При їхньому вживанні в організмі людини засвоюється близько 30 % білків, 40 % необхідних вуглеводів, понад 30 % інших речовин [1]. Хліб і хлібобулочні продукти є основними джерелами енергії в харчуванні населення України. За частотою споживання вони знаходяться на першому місці у всіх групах населення.

Згідно концепції здорового харчування, рекомендовано вживати хліб та хлібобулочні вироби, які збагачені мікронутрієнтами. В останні роки асортимент хлібобулочних виробів підвищеної харчової та біологічної цінності значно розширився. Найбільш поширене збагачення нетрадиційною сировиною, яка містить вітаміни, мінеральні речовини, харчові волокна. Внесення в рецептуру хліба добавок позначається на кінцевих властивостях готового продукту. У зв'язку з цим особливий інтерес викликає вивчення питань впливу добавок на якість хліба не лише в процесі приготування, але і його зберігання [2].

Термін реалізації хліба в середньому становить 24 години, вважається, що протягом цього часу хліб здатний зберігати ознаки свіжого продукту. Оскільки саме свіжість є фактором, що визначає споживчі переваги хліба, то збільшення термінів реалізації і зберігання хліба є пріоритетним завданням для хлібопекарської промисловості. Необхідність вивчення процесів черствіння, і пошуку шляхів збереження свіжості хліба необхідне для хлібопекарської промисловості.

При зберіганні хліба в звичайних температурних умовах (15-25 ° C) приблизно через 10-12 годин з'являються ознаки черствіння, посилюються в міру подальшого збільшення тривалості зберігання хліба.

При зберіганні відбувається зміна структури м'якушки, викликаной, перш за все, ретроградацією крохмалю, тобто переходом крохмалю з аморфного стану, в кристалічний, ідентичну тому стану, в якому крохмаль знаходився в тістовій заготівлі перед випіканням. При цьому структура крохмалю ущільнюється, зменшується його розчинність і відбувається часткове виділення вологи, що поглиналася при клейстеризації. Волога, що виділяється при ретроградації крохмалю, сприймається білками м'якушки хліба.

При черствінні хліба знижується стисливість і еластичність м'якушки і зростає її крихкуватість. Однак ці зміни є не причиною, а наслідком процесів, що викликають черствіння. Встановлено, що при черствінні хліба відбуваються певні зміни в мікроструктурі м'якушки, які пов'язані зі змінами в білках і вуглеводах. Результати протікання цих процесів ведуть за собою втрату смаку і аромату виробів, що в цілому визначає споживчу цінність продукту.

Існує кілька способів продовження свіжості хлібобулочних виробів. До них відносяться: застосування технологічної упаковки, заморожування виробів та внесення нетрадиційного виду сировини в рецептуру. Встановлено, що внесення нетрадиційної сировини до складу виробів найбільш сприятливо позначається на якості і збереженні свіжості хліба.

В умовах, коли все частіше виникає питання розробки нових технологій продуктів функціонального призначення із застосуванням нетрадиційної сировини, дуже важливо визначати, яким чином компонент, що додається впливає на показники якості і, в тому числі на терміни збереження свіжості. Вивченням питання збереження свіжості хліба займаються не тільки вітчизняні підприємства, але і за кордоном. Так в Китаї ведуться розробки хлібобулочних виробів з внесенням додаткової нетрадиційної сировини, спрямованих на уповільнення процесів черствіння:

1. Що містить компоненти за масою,%: 5-20 мальтогенной амілази, 0,3-1,2 альбумінази гриба, 0,2-0,8 ксиланази і 1-1,6 ліпази і крохмаль [7].
2. Що містить натуральну дріжджову рідину в хлібному тісті. В якості сировини використовуються яблука і шовковиця. Даний хліб має легкий кислий і фруктовий смак, підвищену поживну цінність і більш тривалий термін зберігання [8].
3. Що містить харчові волокна, протеїновий порошок, компонент, що попереджає залежування хліба і коньяк. Внесення даних добавок позитивно впливає не тільки на якість виробу, але і має корисні властивості для організму людини. Так внесення коньяку позитивно впливає на артеріальний тиск, стимулює роботу серця. Даний хліб має високу харчову цінність, відповідає вимогам здорового харчування людей. Вміст білка в хлібі більше 15 г/100 г [9].

Розроблено рецепти для отримання якісного хліба на основі пшеничного борошна з використанням 2%-ної сухої кавової суміші «Інка» і з використанням порошку з квітів



гібіскуса. Суха кавова суміш «Інка» являє собою екстракт смажених коренів цикорію, кукурудзи, жита і ячменю, цукрових буряків. Після 72 годинного зберігання звичайного хліба вологість зменшується на 1,81%, а вхлібі, приготовленому з добавкою, вологість зменшується в середньому на 0,52%. Таким чином, добавка сухої кавової суміші «Інка» зберігає свіжість хліба протягом більш тривалого періоду часу [4].

Квіти гібіскуса містять флавоноїди, ціанідин, оксалат кальцію, тіамін, рибофлавін, ніацин, аскорбінову, лимонну, винну і щавлеву кислоти. Додавання 2% -ного порошку з квіток гібіскуса дозволяє знизити швидкість черствіння хліба і таким чином зберігає його свіжість на більш тривалий період часу [5].

Доведено позитивний вплив сухої сироватки, збагаченої Mg і Mn на якість і збереження свіжості хлібобулочних виробів. Як встановили співробітники Національного університету харчових технологій Україна, при оптимальному дозуванні (5% до маси борошна) ступінь свіжості за показником деформації м'якушки збільшується майже в два рази [11].

Як добавку використовували твердий препарат «Ягель-Т», виготовлений з сухих прошарків лишайників механікохімічною активацією. При внесенні даного препарату в кількості 1-3% у вироби з пшеничного і пшенично-житнього борошна відбувається підвищення споживчих властивостей, а також значно уповільнюється процес черствіння виробу [3].

Вивчення застосування збагаченого сріблом мінерального сорбенту в якості харчової добавки з метою збільшення терміну свіжості хліба і розширення асортименту лікувально-профілактичних хлібобулочних виробів показало, що зберігання хліба протягом 65 год знижує загальну деформацію зразка з 2%-вою добавкою на 31% і збільшує крихкуватість м'якушки лише на 0,2% [10].

Також, розглядають можливість використання гідратованого (75%) екстракту ріжкового дерева при дозуванні 0,5% до маси борошна, який позитивно впливає на текстуру м'якушки і уповільнення черствіння хлібобулочного виробу, підвищує питомий об'єм хліба на 10%, сприяє утворенню м'якої м'якушки при випіканні та збільшує термін зберігання свіжості до 8 діб [6].

Вченими Тихоокеанського океанологічного інституту ДВО РАН були розроблені БАДи «Каліф», «Еклікіт» і «Діпрім» для створення функціональних хлібобулочних виробів, що представляють собою водно-спиртові екстракти, отримані з відходів переробки калини, лимонника китайського і винограду амурського. Проведені медико-біологічні дослідження показали їхнюбагатофакторну позитивну дію, в тому числі адаптогенну, на організм людини, а також підвищення харчової цінності виробів [12]. Зокрема, застосування даних БАДів суттєво підвищує сумарний показник органолептичної оцінки (на 12,2 бала при використанні БАД «Каліф», на 18,2 бала з «Діпрім» і 21,9 бала з «Еклікіт»); формостійкість виробів збільшується на 14,0% з БАД «Каліф» і «Діпрім» і 19,0% з БАД «Еклікіт»; усихання знижується на 2,1% з «Каліф», на 3,3% з «Діпрім» і 7,9% з «Еклікіт»; вологість не змінюється в процесі зберігання у виробів із застосуванням БАДів «Каліф» і «Діпрім», а з використанням «Еклікіт» вологість зберігається краще на 3,4%; зміна набухання м'якушки знизилася на 10,9% для виробів з використанням БАД «Каліф» і на 14,9% з «Еклікіт»; загальна деформація м'якушки на кінець дослідження (через 96 годин) на 50% вище для виробів, що містять БАД «Каліф» і «Діпрім», на 90% з БАД «Еклікіт».

Термін реалізації хліба в середньому становить 24 години, внесення в рецептуру БАД «Каліф» дозволяє хлібу зберігати ознаки свіжого продукту протягом 48 годин, додавання БАД до їжі «Еклікіт» і «Діпрім» - протягом 72 годин. Хліб з додаванням БАД «Еклікіт» через 48 годин можна віднести до категорії «дуже свіжий».

Аналізуючи вищенаведені характеристики хліба, можна зробити висновок, що найбільш ефективно уповільнює процеси черствіння і всихання БАД «Еклікіт». Внесення в рецептуру БАД «Каліф» і БАД «Діпрім» впливають на процеси, що відбуваються в хлібі при зберіганні приблизно в рівній мірі, однак зміна набухання м'якушки у хліба з БАД «Каліф» менше, ніж в хлібі з БАД «Діпрім» [13].

Таким чином, внесення водно-спиртових екстрактів дикоростучих рослин позитивно впливає на збереження свіжості хліба і рекомендовано для широкого використання.

#### Список використаних джерел:

1. Ребезов, М.Б. Про можливість збагачення хлібобулочних виробів функціональними інгредієнтами [Електронний ресурс] / М.Б. Ребезов, Н.Л. Наумова, М.Ю. Кофанова, Н.В. Видріна, А.В. Демідов – Електрон. журн. – Техніка і технологія харчових виробництв – 2012. – №24. – С. 55А-59. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17699104>
2. Калиніна І.В. Дослідження якості збагачених видів хліба в процесі зберігання [Електронний ресурс] / І.В. Калиніна, Н.В. Науменко, І.В. Фекличева – Електрон. журн. – Вістник Південно-Уральського державного університету. Серія: харчові біотехнології – 2015. – №1. – С. 36-44. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22805680>
3. Анишакова В.В. Збереження свіжості і підвищення якості хлібобулочних виробів за допомогою добавки «Ягель-Т» [Електронний ресурс] / В.В. Анишакова, Є.В. Каратаєва. - Електрон. журн. - Хлібопродукти. – 2012. – №9. – С. 34-36. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17926474>
4. Георгієва А.В. Дослідження можливостей виробництва хліба, збагаченого сухий кавової суміші «Інка». Частина 2. Якість збагаченого пшеничного хліба [Електронний ресурс] / А.В. Георгієва, І.Є. Дімов - Електрон. журн. - Харчова наука і технологія. - 013. – №1. – С. 61-64. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27711751>
5. Георгієва, А.В. Дослідження можливості виробництва хліба, збагаченого гібіскусом троянди сіненсис [Електронний ресурс] / А.В. Георгієва - Електрон. журн. - Харчова промисловість: наука і технології. – 2014. – № 4 (26). – С. 39-45. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22872784>
6. Андреев О.М. Вплив екстракту ріжкового дерева на властивості і якість пшеничного хліба [Електронний ресурс] / О.М. Андреев Ю.В. Дмитрієва. - Електрон. журн. - Науковий журнал НДУ ІТМО. Серія: Процеси і апарати харчових виробництв.– 2016. – № 1. – С. 107-117. –Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25811461>
7. Cunying H. Mushroom and Chinese yam buckwheat bread producing method [Електронний ресурс] / H. Cunying – Patentscope. – 2015.– Режим доступу: <https://patentscope.wipo.int/search/ru/detail.jsf?docId=CN>
8. Li S. Application of natural yeast liquid in bread dough [Електронний ресурс] / S. Li – Patentscope. – 2017. – Режим доступу: <https://patentscope.wipo.int/search/ru/detail.jsf?docId=CN202653464&recNum>
9. Li W. Long shelf-life konjaku high-fiber high-protein fortified bread and making method thereof [Електронний ресурс] / W. Li, F. Zhanli, C. Shucheng, R. Meijuan, Z. Zheng – Patentscope. – 2010. – Режим доступу: <https://patentscope.wipo.int/search/ru/detail.jsf?docId=CN84085517&recNum>
10. Полуніна О.А. Експертиза якості функціонального продукту хліба пшеничного з добавкою срібного композиту [Електронний ресурс] / О.А. Полуніна, Д.А. Плотніков. - Електрон. журн. - Інновації та продовольча безпека. - 2015. – № 2(8). – С. 46-50. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24928125>
11. Українець А.І. Дослідження впливу збагаченої сухої сироватки на якість хліба спеціального призначення [Електронний ресурс] / А.І. Українець, О.В. Кочубей-Литвиненко, Е.А. Білик, В.Б. Захаревич, Т.А. Васильченко. - Електрон. журн. - Східно-європейський журнал передових технологій.– 2016. – № 11 (80). – С. 32-41. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25848674>
12. Смертіна Є.С. Композиція для приготування тіста для хлібобулочних виробів (варіанти) [Електронний ресурс] / Є.С. Смертіна, Л.Н. Федяніна, Т.К. Каленик, Н.С. Вігеріна, С.В. Карасьова, Н.Ф. Кушнерова, Т.В. Момот, В.Г. Спригін.– Freepatent – 2013. – Режим доступу: <http://www.freepatent.ru/patents/2483548>
13. <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5b8ed7c17966e1073081be2d.pdf>

*Свистун Ярина*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м.Тернопіль*  
*Науковий керівник: Зоряна Гураль*  
*викладач*

## **ТЕХНОЛОГІЇ СУБЛІМАЦІЙНОГО СУШІННЯ ПРОДУКТІВ У ВИРОБНИЦТВІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ**

Сушіння сублімацією принципово відрізняється від звичайного теплового сушіння, що триває при більш високих температурах і в контакт з киснем повітря, що активізує процеси окислювання хімічних компонентів, діяльність ферментів, що супроводжуються зміною кольору, смаку, руйнуванням вітаміну С і майже повною втратою аромату продукту.

При сублімаційному сушінні заморожених продуктів у високому вакуумі ці процеси, що шкідливо впливають на якість продукту, зведені до мінімуму. Продукти, висушені методом сублімації, зберігають вітаміни, поживні і смакові якості, колір, запах і первісний обсяг завдяки швидкості сушіння і відсутності окисних процесів. Засвоюваність методом сублімації продуктів рівноцінна засвоюваності свіжих.

У процесі сушіння маса харчових продуктів знижується на 75—90 % у результаті випару вологи, що міститься в них. Залишковий вміст вологи в сублімованих продуктах складає 3—5 % (у залежності від виду продукту).

Першим етапом кулінарної обробки продуктів сублімаційного сушіння є регидrataція, тобто відновлення їхніх первісних властивостей у рідині (необхідно мати на увазі, що часте вживання в їжу сушених продуктів без попереднього відновлення може викликати значні фізіологічні порушення в організмі людини). Упаковують ці продукти у жерстяну тару, використовують для упакування також дубльовані поліетиленові плівки (лакований целофан з поліетиленом), фольгу, покриту поліетиленом, папір, покритий поліетиленом і алюмінієвою фольгою. Зберігають сублімовані продукти герметично упакованими в бляшану тару з полімерних матеріалів у сухих провітрюваних приміщеннях при температурі не вище 25 °С і відносної вологості повітря в приміщенні не більш 76 %. Терміни збереження: від 3 до 18 місяців (у залежності від виду упакування).

В кондитерському виробництві сублімовані ягоди використовують для декорування виробів, виготовлення мусів.

### **Список використаних джерел:**

1. Товажнянський Л. Л., Бухкало С. У., Капустянка П. О., "Загальна технологія харчових виробництв".-К.: Вища школа., 2005-496 стр.
2. Циганова Т.Б. Технологія хлібопекарського виробництва: Підручник для поч. проф. освіти. - М.: Проф. обр. Издат.-2001-432
3. Дробот В.І., Степаненко Т.О. Технологія галузі хлібопекарське виробництво.
4. інтернет ресурси

*Підгорецька Сніжана*  
*ДВНЗ «Тернопільський коледж*  
*харчових технологій і торгівлі»*  
*м.Тернопіль*  
*Науковий керівник: Гураль Зоряна*  
*викладач*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ**

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що серед широкого асортименту харчових продуктів борошняні кондитерські вироби (БКВ) користуються високим попитом у населення, але відомо, що вони мають невисоку біологічну цінність та містять значну кількість цукрози, що виключає можливість їх споживання хворими на цукровий діабет та ожиріння. У зв'язку з цим, актуальним є розроблення новітніх технологій продуктів харчування оздоровчого призначення, які передбачають використання харчових речовин з високими функціонально-технологічними властивостями, що дозволяє знизити енергетичну цінність, вміст легкозасвоюваних вуглеводів, покращити харчову та біологічну цінність продуктів. На особливу увагу заслуговують підсолоджувачі та водоростеві продукти. В Україні та країнах близького зарубіжжя до останнього часу при виробництві БКВ для хворих на цукровий діабет як заміник цукру використовувалися цукроспирти - ксиліт та сорбіт, але їх асортимент не відрізнявся різноманітністю. Науковцями проведена велика робота по встановленню можливості використання підсолоджуючих речовин при розробці технологій БКВ. В Іспанії виробляються кекси для харчування хворих на цукровий діабет, в яких як підсолоджуючі речовини використовують суміші.

Відома технологія вершкового крему на ксиліті (84,5%), технологія якого передбачає приготування сиропу шляхом уварювання ягідного соку з ксилітом, а також крему вершкового на сорбіті (67,8%) - шляхом уварювання пюре обліпихи або горобини з сорбітом та з'єднання зі збитим вершковим маслом. Вітчизняна кондитерська промисловість виробляє джеми та повидло без цукру з використанням ксиліту та сорбіту: джеми фруктові з використанням 52-53% сорбіту або з 25-27% сорбіту та 25-27% ксиліту, пектину - 0,1-0,3%; повидло фруктове - з 46-53% сорбіту або 21-26% сорбіту та 23-27% ксиліту, пектину - 0,8%; пюре фруктові - з ксилітом або сорбітом (11-13%), які можуть бути використані для приготування начинок фруктових для борошняних кондитерських виробів без цукру. У Німеччині запропоновано використовувати високо пластичну кондитерську масу без цукру на основі сорбіту та набряклого матеріалу. До складу маси входить 20-50% від загального вмісту карагінану, пектину, агару, альгінату, борошна з насіння цареградського рожка, трансантаметил целюлози, карбоксиметил целюлози, аравійської камеді або низько цукрових монодекстринів, які використовують як нецукрову набрякаючу основу, 20-35 % ксиліту, 0,5-3,0 % води, інша кількість - сорбіт. Компанією Danisco Sweeteners розроблено нові технології низько енергетичних харчових продуктів зі зниженим вмістом цукру та/або жиру на основі використання поліолів, фруктози у сполученні з харчовими волокнами (полідекстроза «Лайтес» - розчинне харчове волокно), що дозволяє отримати продукт з характеристиками, максимально наближеними до традиційних. Компанією виробляються печиво та вафлі на лактаті зі зниженим вмістом цукру, морозиво, шоколадні цукерки без цукру з використанням лактиту та полідекстрози. Лактит також застосовують у виробництві фруктових джемів та начинок зі зниженим вмістом сухих речовин (до 40%).

- Сучасний стан і перспективи розвитку технології борошняних кондитерських виробів.
- Використання нових видів сировини для виробництва борошняних кондитерських виробів загального та спеціалізованого призначення.
- Сучасні тенденції оздоблення у кондитерському виробництві.

#### **Список використаних джерел:**

1. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л. Л., БУХКАЛО С. У., КАПУСТЯНКО П. О., "Загальна технологія харчових виробництв".-К.: Вища школа., 2005-496 стр.
2. ЦИГАНОВА Т.Б. Технологія хлібопекарського виробництва: Підручник для поч. проф. освіти. - М.: Проф. обр. Издат.-2001-432
3. ДРОБОТ В.І., СТЕПАНЕНКО Т.О. Технологія галузі хлібопекарське виробництво.
4. інтернетресурси

## **ДОСЛІДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ НА ХЛІБОПЕКАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ**

Перед початком першої світової війни (1914р.) Україна не мала хлібопекарської промисловості. Ця галузь харчової індустрії була представлена численними дрібними кустарними підприємствами. У 1925 р. на машинобудівних заводах – було почате виробництво обладнання для просіювання борошна, тістомісильних машин із підкатними діжками, тістообробних машин і механізованих печей з висувними подами ХВ.

У 1925-1926 рр. в Україні були введені в дію перші механізовані хлібозаводи у Харкові та Донецьку. У післявоєнні роки були побудовані нові хлібозаводи з більш прогресивною технікою і технологією. З метою підготовки висококваліфікованих кадрів біли створені школи фабрично-заводського навчання у Києві, Харкові, Донецьку, Луганську і т.д. Зниження загального виробництва і споживання хліба населенням в Україні пояснюється підвищенням цін на хліб, розвитком домашнього хлібопечення і міні-пекрень. Зникає необхідність у великій кількості потужних підприємств з комплексно-механізованими лініями і безперервним виробничим процесом. Сучасні хлібозаводи є високо механізованими підприємствами. В даний час практично вирішені проблеми механізації виробничих процесів. На сьогоднішній день близько 60% всього хліба виробляється на комплексно-механізованих лініях. Хлібопекарські підприємства оснащуються високопродуктивними машинами і агрегатами. Механізація хлібосховища та експедиції, де переважає ручна праця, дозволить вирішити питання комплексної механізації та автоматизації хлібозаводів в цілому. На більшості сучасних хлібозаводів передбачено безтарне зберігання борошна в складі відкритого типу. Процес замісу тіста полягає в замішуванні складових частин. Місильні машини ділять на машини періодичної і безперервної дії. Оброблення шеничного тіста включає розподіл його на шматки, округлення, попереднє розстоювання, формування тістових заготовок і остаточне розстоювання. Оброблення житнього тіста складається з етапів: розоділу його на шматки, формування тістових заготовок і остаточне вистоювання. Ділення тіста на шматки однакових об'ємів відбувається на тістоділильній машині. Основним показником її роботи є точність маси заготовок. Формування – надання шматкам тіста форми кулі або циліндра. Форму кулі заготовки набувають на округлювальній машині, циліндра – на закатувальній. При формуванні тістових заготовок з них майже повністю виділяється вуглекислий газ, порушується пориста структура тіста. Для відновлення пористості і об'єму хліба, необхідно щоб заготовки «підійшли», це досягається вистоюванням. Вистоювання відбувається в конвєрних шафах за температури 35-40°C і відносній вологості повітря 75-85%.

Випікання тістових заготовок проводиться у хлібопекарських печах різної конструкції. У промисловості застосовують печі з тупиковими камерами, в яких розміщені підвішені на ланцюговому конвєєрі колиски з подиками, а також печі з тунельними пекарними камерами, в яких рухається конвєєр з сітчатим подом. В основі роботи тунельної печі лежить рухома стрічка-транспортєр, яка одночасно є подом для випікання продукції. Охолодження хлібних виробів виконують на завершальному етапі виробництва для забезпечення нормальних умов під час різання і пакування. Набули поширення три способи охолодження: природний, кондиціонуванням повітря і вакуумний. Устаткування для машинного пакування хлібобулочної продукції в залежності від способу упаковки можна розділити на три основні типи: 1) машини для упаковки хлібобулочних виробів в готові пакети; 2) машини, що формують пакети і упаковують в них хлібобулочні вироби; 3)

машини для упаковки хлібобулочних виробів обгортанням в термоусадочну або стретч-плівку.

#### **Список використаних джерел:**

1. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л. Л., БУХКАЛО С. У., КАПУСТЯНКО П. О., "Загальна технологія харчових виробництв".-К.: Вища школа., 2005-496 стр.
2. Технологічне устаткування хлібопекарського, макаронного і кондитерського виробництв : підручник / В.Ф. Петько, О.І. Гапонюк, Є.В. Петько, А.В. Ульяницький: за ред. д. т. н., проф. О.І. Гапонюка
3. Механічні процеси і обладнання переробного та харчового виробництва: навч. посібник / П.С. Берник [та ін.]-Львів: Вид-во Національного ун-ту "Львівська політехніка"
4. Циганова Т.Б. Технологія хлібопекарського виробництва: Підручник для поч. проф. освіти.-М.: Проф. обр. Издат.-2001-432
5. Дробот В.І., Степаненко Т.О. Технологія галузі хлібопекарське виробництво.
6. інтернетресурси

*Бабій Ірина*

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,*

*м. Тернопіль*

*Науковий керівник: Головчинська Руслана*

*викладач вищої категорії*

#### **АСОРТИМЕНТ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРИРОДНИХ ПРОДУКТІВ**

Оцінка якісної складової харчування більшої частини населення свідчить про те, що споживання найбільш цінних біологічно активних продуктів харчування за останні 10-15 років знизилося майже на 50%. Заданими медичних обстежень тільки 20% населення можна вважати умовно здоровими; 40% – в результаті харчових дефіцитів знаходиться в стані адаптації; 20% – в граничному стані між хворобою та здоров'ям. Таким чином, більше половини населення потребує значного корегування харчування через змінені умови праці та побуту (гіподинамія і екологія) [1].

Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є створення продуктів здорового харчування. Підвищення обсягу виробництва та споживання кондитерських виробів за останні роки свідчить про те, що ця група виробів займає важливе місце в структурі харчування населення України. Рецептний склад даних виробів піддається регулюванню, що дозволяє на їх основі створювати продукти харчування, які відповідають традиційним вимогам до споживчих властивостей і сучасним вимогам науки про харчування. Збагаченим харчовим продуктом називають продукт, що отримується додаванням одного або декількох фізіологічних функціональних харчових інгредієнтів до традиційних харчових продуктів з метою запобігання виникнення або виправлення наявного в організмі людини дефіциту. Виробництво таких продуктів піднімає рейтинг підприємства в умовах ринкової економіки, а й збільшує забезпечення населення необхідними нутрієнтами [3].

Технологія і якість кондитерських виробів залежить від якості і функціональних властивостей сировини. В технологіях кондитерських виробів перспективно також використовувати нетрадиційні види збагачувачів з місцевої сировини, що дозволяє раціонально використовувати природні сировинні ресурси.

Актуальність проблеми. Розроблення та впровадження у виробництво кондитерських виробів функціонального призначення є актуальним завданням науковців та працівників харчової промисловості. Це обумовлено тим, що у багатьох випадках значна кількість сучасних сировинних інгредієнтів і, відповідно, харчових продуктів внаслідок рафінування, консервування, перекристалізації та інших технологічних заходів позбавлена багатьох біологічно активних речовин. Для підвищення корисності виробів, надання їм

оздоровчих властивостей потрібно збагачувати харчові продукти незамінними (есенціальними) нутрієнтами [2]. При дослідженні літературних джерел встановлено, що найбільш широко в кондитерських виробках використовуються горіхи – фундук, грецькі, арахіс, кеш'ю та ін. Горіхи можна вважати джерелом білків, поліненасичених жирних кислот, вітамінів А, Е, В1, В2, мінеральних речовин. Широкого використання в сучасному кондитерському виробництві набуло насіння кунжуту. Випікають печиво з додаванням 3,4...3,5% (від загальної маси тіста) добавки, що містять томатну пасту та 1% смаженого кунжуту. Досліджено можливість використання у технології крекера дієтичних пшеничних висівків. Використання до 15% цієї

добавки дозволяє збільшити в виробках вміст білка на 11%, харчових волокон – більше ніж в 10 разів, вітамінів групи В – в 2...3 рази. Пшеничні висівки (укількості 12%) рекомендовано застосовувати також для збільшення харчової цінності заварних пряників. Такі вироби мають добре розвинену пористість [5]. Для підвищення харчової цінності пряників запропоновано використання зародків пшениці. Вони мають високий вміст (29...30%) повноцінного білку,

10...12% жиру, який складається переважно з поліненасичених жирних кислот. Спеціалістами Одеської національної академії харчових технологій вироблено технологію пряників сирцевих із додаванням борошна із ячмінного солоду. Завдяки цій добавці вироби мали покращену харчову цінність і подовжений термін зберігання [4]. В Українському державному університеті харчових технологій розроблений новий вид нетрадиційної сировини – борошно солоду гороху, яке має добре збалансований склад незамінних амінокислот [6]. Дорохович В.В. запропонувала технологію приготування бісквіту з додаванням морквяного соку. Морква та продукти її переробки (соки, пюре) мають цінний вітамінний та мінеральний склад. Особливістю вітамінного складу моркви є велика кількість β-каротину [2]. Важливим компонентом при створенні харчових продуктів для функціонального харчування є харчові волокна. Внесення у рецептуру виробів джерел харчових волокон – борошна круп'яних культур, борошнанизьких сортів, шроту обліпихи, висівків, а також концентратів (мікрокристалічна целюлоза, пектин) сприяє значному зниженню енергетичної калорійності раціонів, підвищенню їх харчової цінності.

Висновки. При розробці рецептур і технологій борошняних кондитерських виробів необхідно широко використовувати традиційну і нетрадиційну сировину, яка могла б компенсувати дефіцит незамінних речовин і збагачувати раціон біологічно активними компонентами. Аналіз сучасної літератури показує, що доцільним є застосування в технологіях кондитерських виробів різнопланової сировини, в основному рослинного походження.

#### **Список використаних джерел:**

1. Плотникова Т.В. Плодово-ягодные порошки в мучных изделиях / Т.В. Плотникова, Е.В. Тяпкина // Продукты & Ингредиенты. – 2006. – №2. – С. 20-21.
2. Дорохович В.В. Застосування морквяного соку при розробленні бісквітів функціонального призначення / В.В. Дорохович // Продукты & Ингредиенты. – 2013. – № 8. – С. 22-23.
3. Иоргачева Е.Г. Влияние мучных композитных смесей на показатели качества бисквитных полуфабрикатов / Е.Г. Иоргачева, О.В. Макарова, Е. Котузаки, Н. Кожокар // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2010. – № 3. – С. 17-21.
4. Концепція державної науково-технічної програми «Біофортифікація та функціональні продукти на основі рослинної сировини на 2012-2016 роки». – К., 2011. – 11 с.
5. Ильина, Т. Шрот амаранта – перспективный ингредиент в рецептуре пряников / Т. Ильина, А. Дьяченко // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2011. – № 2. – С. 37.

6. Губаненко, Г. А. Рациональное использование протаргоса ацикулярислиндл / Г. А. Губаненко, Л. П. Рубчевская, Е. А. Речкина // Современная наука и технологии. – 2005. – № 5 – С. 53–54.

**Наталія Ткач**  
викладач I категорії,  
завідувач навчально-виробничою практикою,  
ДВНЗ «Тернопільський коледж  
харчових технологій і торгівлі»  
м. Тернопіль

### **ФОРТИФІКАЦІЯ ХЛІБА ЙОДОМ ТА СЕЛЕНОМ**

*Актуальність теми.* Проблема забезпечення населення продовольством не втрачає актуальності, незважаючи на всі досягнення НТП. В економічно розвинених країнах все більше приділяють уваги зміні структури харчування, що безпосередньо пов'язано із здоров'ям нації. Йод є необхідним нутрієнтом для людини, оскільки він бере участь в синтезі гормону щитовидної залози. Його дефіцит в організмі людини пов'язаний з багатьма захворюваннями (ендемичний кретинізм, ендемічні нейрокогнітивні порушення, неонатальний зоб, неонатальний гіпотиреоз, ендемічні нейрокогнітивні порушення, зоб, у тому числі з ускладненнями, гіпотиреоз, уповільнений фізичний розвиток, порушення психічної функції, спонтанний гіпертиреоз в літньому віці), які можна попередити шляхом адекватного споживання.

*Метою даної роботи є* аналіз способів фортифікації хлібобулочних виробів селеном та йодом з метою надання їх функціональних властивостей, що має величезне соціальне значення, оскільки хлібобулочні вироби займають особливе місце в харчуванні населення. Ці продукти входять в щоденний харчовий раціон переважної більшості споживачів, будучи одним з основних джерел енергії і харчових речовин.

Йод потрапляє до організму людини з навколишнього середовища разом з продуктами рослинного і тваринного походження та частково з питною водою й атмосферним повітрям. Найбільшим резервуаром йоду на нашій планеті є світовий океан, з якого йод різними шляхами та у вигляді різних сполук потрапляє до споживачів. Тому не дивно, що чим віддаленіший регіон від узбережжя океанів та морів, тим менше в його ґрунті міститься йоду. А через низький рівень йоду в ґрунті рослини, що зростають на ньому, також не мають високого вмісту цього мікроелементу, відповідно, його недоотримують і тварини. У результаті населення віддалених від узбереж регіонів отримує з їжею недостатню кількість цього мікроелементу і потрапляє в зону ризику розвитку йододефіцитних захворювань та інших порушень, пов'язаних з нестачею йоду. На жаль, до регіонів, у яких відмічено дефіциту йоду в навколишньому середовищі, належить значна частина території України. Історично до регіонів максимального ризику розвитку йододефіцитних станів належали насамперед Львівська, Чернівецька, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська, Рівненська та Волинська області. Однак Чорнобильська катастрофа внесла свої корективи та зробила актуальною цю проблему і для Чернігівської, Київської, Житомирської, Черкаської та Рівненської областей. При цьому в Україні проблема йододефіциту з кожним роком набуває все більшого масштабу. Дефіцит йоду посилюється економічними та екологічними факторами: знизилася вживання йодовмісних продуктів, не проводиться достатня йодна профілактика. Для України проблема нестачі йоду є актуальною, адже вона призводить не тільки до збільшення щитовидної залози (формування зобу), а й впливає на інтелектуальний та освітній потенціал підростаючого покоління [1].

Як вже було зазначено, захворювання щитовидної залози безпосередньо залежать від кількості йоду та селену, який поступає в організм з їжею. Згідно ТР ТС 021/2011 "Про безпеку харчової продукції" адекватний рівень споживання йоду складає 150 мкг/добу, а селена - 75 мкг/добу для чоловіків і 55 мкг/добу для жінок [2]. Основним джерелом йоду є суха морська капуста, морська риба, кальмари, креветки, молюски, риби, восьминоги,



йодована сіль; селену - бразильські горіхи, зернові продукти, вирощені на ґрунті, багатим селеном [3].

Існує безліч способів фортифікації хлібобулочних виробів йодом. Простим методом реалізації цієї мети є використання харчової йодованої солі замість звичайної нейодованої солі, що, поза сумнівом, автоматично перетворює отримуваний продукт на збагачений. З іншого боку доцільно додавати йодказеїн - органічне з'єднання йоду, вбудоване в молекулу білку молока [4]. Іншим поширеним способом являється додавання у складі рецептури інгредієнтів (продуктів), що містять в собі велику кількість йоду. До таких продуктів, передусім, відносяться ламінарія - природне джерело йоду. Її порошок, 100 г якого містить 160-180 мг йоду, як правило, змішують з борошном потім додають в тісто на стадії замісу [3]. Так, при використанні порошку ламінарії у кількості 3,2%, 3,6%, 4,0% до маси борошна, вміст йоду в готовому продукті складає 59, 65 і 71 мкг відповідно [5]. Використання харчових добавок "Йоддилактин S" і "Йоддилактин P" сприяє не лише збільшенню стійкості харчових продуктів до різних видів мікробіологічного псування, стабілізації технологічних та органолептичних показників, але й збагачуючи харчові продукти йодом, це дозволяє мінімізувати його втрати в процесі приготування при термічній дії в порівнянні з йодованою сіллю [5].

Відомо, що кількість селену в харчових продуктах харчування безпосередньо залежить від змісту селену в ґрунті. Тим самим, пшениця, вирощена на збідненому ґрунті селеном, можна обробляти селеном під час її росту. Іншим можливим способом фортифікації хліба селеном є замочування зерен (пшениці, сої, насіння соняшнику) розчином гідроселеніту натрію протягом декількох днів і подальше їх використання в хлібопеченні у вигляді борошна або ж при прямому їх додаванні в тісто під час замісу. В одному дослідженні встановили, що замочування бобів сої в розчині гідроселеніту натрію з концентрацією селену 1,5 мг/л, що відповідало 20 мкг селену на 1 грам соєвого боба, привело до накопичення селену, внаслідок чого його вміст в 1 г сої склав 15-18 мкг. Нарешті, існує метод внесення харчових добавок селену безпосередньо в хлібобулочні вироби в процесі їх приготування, а саме на стадії замісу тіста. До таких добавок відносять: «Селексен», «Селен-актив», «Селен Ес», «Неоселен», «Біоселен», «Спируллина-Сочи-селен», «Витасил» [6]. Так, наприклад, додавання харчової добавки «Селексен» у кількості 20, 30, 40, 50 і 100 мкг надає готовому виробу 10, 17, 21, 22 і 45,0 мкг селену, відповідно. Добова потреба селену при цьому задовольняється на 14,3; 24,3; 30,0; 31,4; 64,3 % відповідно [6].

Таким чином, споживання фортифікованого хліба йодом та селеном дає можливість забезпечувати споживачів корисними мікроелементами, попереджаючи багато захворювань. Крім того, такі вироби не поступаються якістю, як за органолептичними так і за фізико-хімічними показниками.

#### Список використаних джерел

1. Ресурс доступу: <https://www.apteka.ua/article/511091> Вплив йодного дефіциту на когнітивні функції у дітей шкільного віку. № 31 (1202) 19 Серпня 2019 р.
2. ТР МС 021/2011 «Про безпеку харчової продукції»
3. Беспалов В. Г. Лікувально-профілактичні препарати з морських водоростей. Спб.: Вид-во Политехн. ун-та, 2005. 160 с.
4. Бакуменко О. Е. Технология обогащенных продуктов питания для целевых групп. Научные основы и технология. – М.: ДеЛи плюс, 2013. –287 с.
5. Науменко Н. В., Ашмарина Е. А. Влияние сырьевых компонентов на реологические характеристики теста и качество хлебобулочных изделий//Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. –2018. –Т. 6. –№.
6. Наумова Н. Л. Визначення оптимального дозування харчової добавки "Селексен" для виробництва функціональних булочних виробів //Техніка і технологія харчових виробництв. - 2015. - №. 1 (36)

