



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ



XI Всеукраїнська науково-практична конференція

ПРИСВЯЧЕНА ДО 70-РІЧЧЯ З ДНЯ НАРОДЖЕННЯ
ПРОФЕСОРА В. Ф. ДОЦЕНКА

«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»



Київ НУХТ 2022



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ХІ ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

*Присвячена до 70-річчя з дня народження
професора В.Ф. Доценка*

***ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ***

17 травня 2022 р.

Київ НУХТ 2022

Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», присвяченої до 70-річчя з дня народження професора В.Ф. Доценка, 17 травня 2022 р. – К.: НУХТ, 2022 р. – 215 с.

Видання містить матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», присвяченої до 70-річчя з дня народження професора В.Ф. Доценка.

Розраховано на фахівців і дослідників, які пов'язані з означеними проблемами у готельно-ресторанному бізнесі.

Організаційний комітет конференції:

Голова оргкомітету:

Олександр ШЕВЧЕНКО ректор Національного університету харчових технологій

Заступники голови:

Сергій ТОКАРЧУК проректор з наукової роботи Національного університету харчових технологій

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА в.о. декана факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка Національного університету харчових технологій

Члени оргкомітету:

Олександра НЄМІРІЧ зав. кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій

Лариса ШАРАН в.о. зав. кафедри готельно-ресторанної справи Національного університету харчових технологій

Ірина МЕЛЬНИК в.о. зав. кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

Олена ГАЛИНСЬКА в.о. зав. кафедри іноземних мов професійного спрямування Національного університету харчових технологій

Секретар:

Асьят АБРАМОВА доцент кафедри готельно-ресторанної справи Національного університету харчових технологій

НУХТ, 2022

ЗМІСТ

Дробот Віра Іванівна	
Пам'яті професора Доценка Віктора Федоровича	11
Сімахіна Галина Олександрівна, Науменко Наталія Валентинівна	
Світлі спогади про Віктора Федоровича Доценка.....	14
Секція 1. «Інноваційні ресторани технології»	16
1. Інноваційні та удосконалені технології ресторанної продукції, розроблені під керівництвом доктора технічних наук, професора Віктора Федоровича Доценка	
1.1 Бортнічук О.В.	
Сучасні технології хлібобулочних виробів геродієтичного призначення для закладів готельно-ресторанного господарства.....	18
1.2 Кобець О.С., Арпуль О.В.	
Визначення впливу поверхнево-активних речовин на піноутворювальну здатність меланжу для бісквітних напівфабрикатів.....	20
1.3 Шидловська О.Б.	
Удосконалення технології хліба спеціального дієтичного призначення.....	22
1.4 Кобець О.С.	
Удосконалення технології бісквітних напівфабрикатів оздоровчого призначення.....	24
1.5 Різник А.О., Цирульнікова В.В., Сильчук Т.А.	
Підвищення біологічної цінності хлібобулочних виробів в закладах ресторанного господарства.....	26
1.6 Мирошник Ю.А.	
Технологія борошняних кондитерських виробів з нетрадиційною рослинною сировиною.....	27
2. Мартіянова А.О, Маслійчук О.Б.	
Використання екотрендового посуду в ресторанному бізнесі.....	28
3. Лещенко К.Г., Серік М.Л., Пивоваров Є.П.	
Вплив добавки білково-мінеральної удосконаленої на технологічні характеристики м'ясних посічених напівфабрикатів	30
4. Ціпук І., Лилак Г.М.	
Інноваційні ресторани технології.....	33
5. Соляр Л.В.	
Sous vide - інноваційна ресторанна технологія.....	35
6. Білик О.А., Бурченко Л.М.	
Пророщені злаки у технології хлібопечення.....	37
7. Силка І.М., Бондар Д.О.	
Солодкі страви за правилами «здорової тарілки харчування».....	38

8.	Коваль О.А., Гуць В.С. Морозиво в ролах.....	37
9.	Гудь А.О., Кравчук Н.М., Бандуренко Г.М. Овочевий десерт – це смачно.....	41
10.	Назар М.І. Хлібобулочні вироби дієтичного призначення у закладах ресторанного господарства.....	43
11.	Бендас Р.А., Шаран Л.О., Шаран А.В. Особливості використання нової безглютенової сировини в умовах закладів ресторанного господарства.....	45
12.	Лахно А.І., Сильчук Т.А. Розширення асортименту безглютенових виробів у закладах ресторанного господарства.....	47
13.	Абрамова А.Г. Перспектива використання ягід асаї в технології солодких страв, десертів та кондитерських виробів.....	48
14.	Макарівська Д., Пушка О.С. Особливості виготовлення кулінарної продукції для людей з непереносимістю лактози.....	49
15.	Гуць В.С., Коваль О.А. Розділення сипких продуктів на фракції.....	51
16.	Нєміріч О.В., Устименко І.М., Дорошкевич Р.Ю., Оксентюк М.В. Теоретичні аспекти використання карагенану у складі сиркових напівфабрикатів з оліями для десертів.....	53
17.	Коваль О.А., Гуць В.С. Теорія змішування компонентів харчових порошкових сумішей....	54
18.	Дітріх І.В. Використання спельти (<i>triticum spelta l.</i>) як функціонального інгредієнта рибних страв.....	56
19.	Захаров В.В., Селезньова Д.В. Топінамбур - альтернативна сировина у стравах ЗРГ.....	57
20.	Кузьмін О.В., Польовик В.В., Березова Г.О., Грушевська І.О. Дослідження антиоксидантної здатності настоїв із кавозамінників..	59
21.	Ворона Ю.В., Корецька І.Л., Захаров В.В. Особливості приготування та подавання холодних закусок у закладах ресторанного господарства.....	60
22.	Мусієнко О.С., Польовик В.В., Захаров В.В. Особливості приготування та характеристики протертих супів.....	62
23.	Крикунова А.В., Павлюченко О.С. Сучасні технології супів для закладів ресторанного господарства...	63
24.	Матияшук О.В., Михайленко В.М., Кривчик М. Тенденція розвитку ресторанного господарства в сучасних умовах..	64

25.	Польовик В.В., Березова Г.О., Ушкало М.М. Аналіз цукрозамінників, що використовуються для виробництва солодких страв.....	65
26.	Безрукава А.С. Використання нетрадиційної сировини у пісочному печиві.....	66
27.	Силенко П. О., Кирпіченкова О. М., Стахурська Л. В. Використання плодів бузини чорної у виробництві солодких страв..	67
28.	Матюшенко Р.В. Організація здорового харчування.....	68
29.	Устименко І.М. Теоретичні аспекти використання конопляної сировини у складі напівфабрикату для соусів емульсійного типу.....	70
	Секція 2. «Інновації в організації дитячого, дієтичного та аюрведичного харчування»	71
1.	Красько Д.О., Маслійчук О.Б. Сучасні технології приготування страв і напоїв для вегетаріанського харчування в ресторанному господарстві.....	72
2.	Кундрат С.С. Аналіз якісних показників трав'яних чаїв.....	74
3.	Авраменко А.Д., Грабовська О.В. Використання резистентного крохмалю для створення функціональних продуктів.....	76
4.	Зайцева Г., Томин Н. Інновації в організації дитячого харчування.....	78
5.	Бондаренко Ю.В., Дейнега Д.В., Андронович Г.М. Дослідження споживчих властивостей хліба, збагаченого насінням льону, за вмістом бісульфітзв'язуючих речовин.....	80
6.	Сімахіна Г.О. Здорове харчування в системі готельно-ресторанного бізнесу.....	82
7.	Дорохович А.М., Дорохович В.В. Концепція розроблення моделі хімічного складу «ідеального» харчового продукту для різних груп здорового населення.....	84
8.	Гетьман І.А., Чіхрай В.І., Коломієць М.Я., Михонік Л.А. Покращення споживчих властивостей безглютенних хлібних виробів.....	86
9.	Саган Г.О., Потилко З.І., Кохан О.О. Розробка східних солодошів на основі насіння гарбузу органічного походження.....	88
10.	Фролова Н.Е., Ющенко Н.М. Розуміння харчової цінності в аюрведичних положеннях.....	90
11.	Коломієць Д.П., Харченко Л.Л., Ніколаєнко Б.М. Визначення мікроелементів листя <i>Momordica charantia linn.</i> - компонентів <i>Bhasmas</i> під час <i>Bhavana</i>	92

12.	Польова О.А., Фролова Н.Е.	
	Розробка технології чайних напоїв відповідно до приписів аюрведичної кулінарії.....	94
13.	Дзюбаненко В., Фурманова Ю.П.	
	Роль псевдозернових крупів у сучасних тенденціях харчування.....	96
14.	Гілічук І.С., Корецька І.Л.	
	Розширення асортименту українських страв.....	97
15.	Стеценко Н.О., Авдєєва П.В.	
	Використання солодових екстрактів для поліпшення якості пшеничного хліба та хлібобулочних виробів.....	98
16.	Польовик В.В., Березова Г.О., Корецька І.Л.	
	Організація харчування у воєнний час.....	99
	<i>Секція 3. «Адаптація готельно-ресторанного бізнесу до реалій сьогодення»</i>	100
1.	Полінкевич О.М.	
	Управління готельно-ресторанним комплексом в умовах збройного конфлікту.....	102
2.	Скринник І.М., Дич Д.В., Зуйко В.І.	
	Відповідь сфери послуг на виклики сьогодення на прикладі української ресторанної асоціації.....	104
3.	Запорожан А.Л., Ломако Є.В., Зуйко В.І.	
	Шляхи адаптації сучасного ресторанного бізнесу до викликів сьогодення.....	105
4.	Маршаленко М.П.	
	Відповідь готельних мереж на соціокультурні виклики.....	106
5.	Мирошник Ю.А., Доктор В. С.	
	Робота закладів ресторанного господарства в умовах воєнного стану	107
	<i>Секція 4. «Гостинність і сервіс: досвід, особливості сьогодення, перспективи»</i>	108
1.	Білодід А.А., Паска М.З.	
	Моніторинг ринку послуг та конкурентного статусу ресторанного комплексу «36 ПО» в умовах сьогодення.....	110
2.	Яковишина М. С., Климюк Д. М.	
	Готельно-ресторанний комплекс «тунель кохання tunnel of love» : досвід, особливості сьогодення та перспективи.....	112
3.	Семенчук І.В., Кудельський В.Е.	
	Нова філософія підходу до оформлення меню.....	113
4.	Олефіренко М.В., Король О.Ю.	
	Реалії сьогодення та перспективи розвитку готельно- ресторанного бізнесу.....	115

5.	Тирон О.М.	Людський ресурс як чинник відродження бізнесу гостинності в кризові періоди.....	117
6.	Пунько М.І.	Гостинність і сервіс: досвід, особливості сьогодення, перспективи....	119
7.	Науменко Н.В.	Принципи міжкультурної комунікації у підготовці фахівців із індустрії гостинності.....	121
8.	Матіяшук О.В., Михайленко В.М.	Інноваційні послуги в сфері гостинності.....	123
9.	Неміріч О.В., Скирда О.Є.	Корпоративна культура закладів ресторанного господарства.....	125
10.	Руденко С.Є., Сильчук Т.А.	Винний туризм як інновація в курортних засобах розміщення.....	127
11.	Кобелянська Є.Б., Ковтун А.В., Бортнічук О.В.	Використання послуги цифровий детокс в готелях.....	128
12.	Шидловська О.Б., Іщенко Т.І.	Новітня ресторанна справа як інструмент розширення послуг гостинності.....	129
13.	Профатило Ю.М., Ковальчук С.С., Павлюченко О.С.	Аналіз ринку та перспективи розвитку закладів ресторанного господарства східної кухні в Україні.....	131
	<i>Секція 5. «Менеджмент якості та харчової безпеки в закладах готельно-ресторанного господарства»</i>		133
1.	Кузьмін О.В., Білоусова Л.І., Пчеленко А.Є.	Система управління безпекою харчової продукції для громадського харчування.....	134
2.	Велемець М.О., Бондар Н.П., Губеня В.О.	Алергени в меню закладів ресторанного господарства.....	136
	<i>Секція 6. «Цифровізація в готельно-ресторанному бізнесі та туризмі»</i>		137
1.	Яненко Л.П.	Можливості та проблеми цифровізації.....	138
2.	Михієнко Я.А., Дулька О.С.	Тренди ресторанного бізнесу в умовах сьогодення.....	139
3.	Кладченко Я.О.	Портативні pos-термінали для підвищення ефективності діяльності ресторанних господарств.....	140

Секція 7. «Сучасні можливості та вимоги до проектування об'єктів готельно-ресторанного господарства, інновації в їх дизайні»

142

1. **Гончар І.М., Якобчук Р.Л.**
Застосування енергоефективних технологій в готелі..... 143
2. **Кобелянська Є.Б., Якобчук Р.Л.**
Сучасне рішення з мінімізації електроенергії для готелю..... 144
3. **Кладченко Я.О., Якобчук Р.Л.**
Теплові насоси та фанкойли для опалення і кондиціонування готельно-ресторанних господарств..... 146
4. **Лахно А. І., Якобчук Р.Л.**
Переваги і недоліки використання індукційних котлів при опаленні готельних підприємств..... 148
5. **Хитрий Я.С.**
Перспективи розвитку 3D-друку будівель в сфері HoReCa..... 149
6. **Абрамова А.Г.**
Використання геліотермальних систем в готельних підприємствах.. 150

Секція 8. «Управлінські інновації та конкурентоспроможність в індустрії гостинності»

151

1. **Гуль Я.В., Гузар У.Є.**
Волонтерська ініціатива закладів індустрії гостинності України в сучасних реаліях..... 152
2. **Постова В.В.**
Пропозиції щодо модернізації формату «Casual dining» в ресторанному бізнесі..... 155
3. **Давидова О.Ю.**
Формування стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства..... 157
4. **Горішна Г.П.**
Формування професійної мотивації студентів..... 159
5. **Сидорук А.В., Серeda І.В.**
Управління персоналом: інноваційний метод розвитку підприємств індустрії гостинності..... 160
6. **Білоус А. Р., Люлька О. М., Губеня В. О.**
Апітерапія у готельно-ресторанній справі..... 162
7. **Гавриш А.В., Мамченко Л.Є.**
Метод ієрархій у визначенні конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства..... 164
8. **Золотарева Е.Е., Дулька О.С.**
Еко-готелі як складова концепції сталого туризму..... 165
9. **Нікітіна Т.А.**
Конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності..... 167

10.	Литвинець Л.Ф.	Інструменти управління змінами в системі управління розвитком підприємства гостинності.....	168
-----	-----------------------	---	-----

Секція 9. «Worldwide experience in hotel and restaurant business» 170

1.	Galynska O.M.	Smart check-in: experience of use of innovative self check-in kiosks in the hotels of spain.....	171
2.	Darmohrai A., Stukalska N.M.	Features of waste-free use of products in restaurant establishments.....	173
3.	Форостюк І.В.	Experience of hospitality industry in helping ukrainian refugees in a war period.....	175
4.	Ovcharuk O., Stukalska N.M.	Improving the quality of confectionery products.....	176
5.	Yurchuk L.V.	Nanotechnology as innovation for food of the future.....	177
6.	Lukianets H.	Needs and emotions creating strong customer's motivation in tourism...	178
7.	Tsyrulnikova V., Tyshchenko O., Bloschuk Y.	Anti-age nutrition in the hospitality industry.....	179
8.	Lebid V., Ivashura K.	Vegetables and fruit for a kid in the form of puree: when and what to give?.....	180

Секція 10. «Оцінка впливу глобальної кризи на стан туристичного ринку» 182

1.	Безпарточна О.С., Рященко В.П., Бєленцов Д.В.	Розвиток регіональних туристичних дестинацій в латвії у постпандемічний період.....	184
2.	Мусійчук С.М.	Вплив глобальної кризи на стан туристичного ринку у Франції.....	185

Секція 11. «Технології просування туристичного продукту у кризовий період» 186

1.	Рудницька К.М.	Розвиток зеленого туризму в Україні у рамках програми Greentour Ukraine.....	187
2.	Сидорук А., Яременко Д.	Міжнародний досвід розвитку туристичної галузі під впливом воєнного періоду.....	188

Секція 12. «Інноваційний розвиток туристичної індустрії» 190

1.	Давидова О.Ю., Сисоєва С.І. Актуальні напрями розвитку туристичної індустрії.....	191
2.	Переверзева Т.І. Екологізація засобів розміщення карпатського регіону.....	193
3.	Кобиляк А.І., Карач В.С. Використання кластерного підходу в сільському зеленому туризмі..	195
4.	Розметова О.Г. Стратегічні цілі та напрямки розвитку туризму в місті Києві до 2035 року.....	197
5.	Антоненко І.Я., Рамізов Д.В. Інформаційні системи і технології як засоби інтенсифікації управлінської діяльності готелів.....	199
6.	Верес К.О. Сучасна стратегія вибору напрямку для відпочинку європейських туристів.....	201
7.	Верес К.О., Аратюнова Н. Загальні принципи управління підприємством готельного господарства у вітчизняній та міжнародній практиці.....	202
8.	Вінніченко І.М., Заборовець Ю.Л. Політика екологічного менеджменту в системі управління підприємством готельного господарства.....	203
9.	Вінніченко І.М., Шелухіна Д.О. Сучасні аспекти управління готелем як фактор підвищення його конкурентоспроможності.....	205
10.	Давіташвілі Є. Впровадження сучасних технологій управління на туристичному підприємстві.....	206
11.	Івченко Л.О., Вчорашня А. Передумови розвитку сільського туризму Черкащини.....	207
12.	Мельник І.Л. Круїзний туризм: розвиток після пандемії COVID-19.....	208
13.	Мірзодаєва Т.В, Саміленко Д. Обґрунтування стратегії розвитку туристичного підприємства.....	209
14.	Мірзодаєва Т.В, Строянівська Н. Місце спортивного туризму в соціально-економічній системі дестинації.....	210
15.	Павлова Ю.В. Використання інтернет-технологій при просуванні послуг гостинності на ринок.....	211
16.	Нежива О.М. Туризм як стрибок у часі.....	213

Дробот Віра Іванівна,
доктор технічних наук, професор,
член-кореспондент НААН України,
лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки,
науковий наставник Доценка Віктора Федоровича
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

ПАМ'ЯТІ ПРОФЕСОРА ДОЦЕНКА ВІКТОРА ФЕДОРОВИЧА



17 червня 2022 року, на великий жаль, ми не зможемо потиснути руку Віктора Федоровича Доценка в день його народження. В цей день ми маємо дякувати долі за надану нам можливість більше 30 років працювати поруч з ним. На мою долю випало бути викладачем у студентські роки Віктора Федоровича, керівником його кандидатської дисертації та консультантом при виконанні ним докторської дисертації. Це дало можливість бачити формування особистості В.Ф. Доценка як викладача, науковця, організатора, вихователя. Природа щедро наділила його світлим розумом, умінням працювати з

великим колективом, доступністю до людей, умінням їх підтримувати і захищати.

Професіоналізм, талант безмежна відданість справі, працьовитість і наполегливість в досягненні мети, вимогливість до себе, співробітників і студентів поряд з душевною щедрістю забезпечили досягнення Віктором Федоровичем значних успіхів у педагогічній та науковій діяльності, здобути велику шану і повагу в колективі університету та за його межами.

В.Ф.Доценко вступив до університету після демобілізації з лав збройних сил. З армійською загартованістю, організованістю та відповідальністю опановував програми навчального процесу. Був старостою студентської групи, головою студради гуртожитку №2, в якому мешкали студенти факультету ТБХ, секретарем комітету комсомолу факультету.

Як ватажок студентів багато уваги приділяв організаційній та виховній роботі щодо до їх відношення до навчання, взаємоповаги, колективізму. Приділяв велику увагу побуту студентів у гуртожитку: облаштуванню кімнат проживання, побутових приміщень і особливо робочих кімнат. За його ініціативою було облаштоване приміщення в якому систематично проводились «Дні курсів», зустрічі з цікавими людьми, вечори відпочинку. Проведені заходи забезпечили визнання цього студентського гуртожитку кращим в Україні.

Слід відзначити, що за ініціативи студентів та організаційної роботи В.Ф.Доценка вперше у нашому університеті було організовано проведення «Днів факультету», які користувались великою зацікавленістю студентів,

сприяли активізації змагань між факультетами.

Особливо слід відмітити спортивність В.Ф.Доценка. Кожного дня в студентські роки і протягом всього життя, ранок він починав з спортивного бігу, залучав до цього студентів і членів своєї сім'ї. Велику увагу приділяв участі студентів у спортивних змаганнях на базі табору «Буревісник».

Він проводив активну роботу з організації будівельних загонів і сам брав активну участь в їх роботі, був учасником міжнародного будівельного загону в м. Пловдів (Болгарія), а також загонів на теренах нашої країни. В.Ф.Доценко нагороджений грамотами за організацію та участь в будівельних загонах, а також за роботу у проведенні осіннього збору урожаю на полях України.

Після закінчення ВНЗ він деякий час працював у Науково-дослідній частині НУХТ, поступив в аспірантуру на кафедру технології хлібопекарських, кондитерських, макаронних виробів та харчоконцентратів. З притаманною йому енергією і допитливістю проводив дослідження направлені на розроблення технологій хлібобулочних виробів оздоровчої дії, дієтичних та спеціального призначення шляхом використання нетрадиційної для галузі сировини. За результатами досліджень у 1984 році захистив кандидатську дисертацію за темою: «Підвищення ефективності використання молочних продуктів у хлібопеченні шляхом застосування ферментних препаратів».

У 1994 році захистив докторську дисертацію за темою: «Наукове обґрунтування і розробка технології хліба з використанням нової вуглеводмісної сировини та цукрозамінників». При виконанні досліджень підтримував тісний зв'язок з науковими організаціями України та підприємствами хлібопекарської галузі. В університеті з питань хімії тісно співпрацював з професором О. Герасименко.

Розробленню технологій хлібобулочних виробів, що сприяють покращенню здоров'я населення були присвячені і дисертаційні роботи його аспірантів: Любенко С.М., Іщенко Т.І., та інших 5 аспірантів. У 1994 р. він отримав вчене звання доцента, а у 2005 р. - професора.

Працюючи на кафедрі асистентом, доцентом, професором В.Ф.Доценко заняття зі студентами проводив на високому методичному рівні з повною віддачею. Це був педагог високої кваліфікації, методист, науковець і вихователь. Його вимогливість в поєднанні з людяністю, добротою були прикладом.

Зважаючи на великий професіоналізм, організаторські здібності В.Ф. Доценка у 2007 році був призначений завідувачем кафедрою технології ресторанної продукції і готельно-ресторанної справи, а у 2011 році - деканом факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Працюючи на цих посадах він провів велику роботу з організації сучасних лабораторій, налагодження зв'язків з провідними закладами готельно-ресторанного господарства та популяризації спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» у межах України та за кордоном. Результати його наукових досліджень та методичних розробок опубліковані у понад 450 наукових працях у т.ч. 5 підручниках, 7 навчальних посібниках, 74 патентах. Навчально-методична та наукова робота професора В.Ф.Доценка високо оцінена державою. Він

визнаний Відмінником освіти України, нагороджений нагрудним знаком «За академічні заслуги» та іншими нагородами.

Коло питань до вирішення яких причасний В.Ф.Доценко широке. Він був членом 2 спеціалізованих вчених рад із захисту дисертацій, членом редакційних колегій 2 журналів, призначений експертом та головою комісії МОН України з ліцензування і акредитації спеціальностей навчальних закладів I-IV рівнів.

Передчасно пішов з життя Віктор Федорович Доценко, ми втратили талановитого педагога і науковця, людину, що сіяла добро, натхненно працювала, була надійним спеціалістом і другом.

Сімахіна Галина Олександрівна,
доктор технічних наук, професор,
лауреат Державної премії України
в галузі науки і техніки,
Заслужений працівник освіти України;
Науменко Наталія Валентинівна,
доктор філологічних наук, професор;
шановні колеги, чарівні жінки і наукові друзі
Доценка Віктора Федоровича
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

СВІТЛІ СПОГАДИ ПРО ВІКТОРА ФЕДОРОВИЧА ДОЦЕНКА

Професор Віктор Федорович Доценка і досі дивує своєю цілеспрямованістю та самовіддачею, умінням побачити майбутнє свого факультету і кафедри, братись за складні актуальні проблеми економіки України і блискуче їх вирішувати.

Взяти хоча б створення кафедри технології харчування, а потім – і факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Зізнаюсь, я як представник великої харчової індустрії тоді скептично поставилася до цих нововведень, вважаючи їх невластивими для нашого університету і несерйозними.

А тут іще такий могутній конкурент – Київський національний торговельно-економічний університет (нині – Державний торговельно-економічний університет), у якого було все для підготовки фахівців за цими спеціальностями, а у нас – нічого.

Керівництво нашого університету не помилилося, довіривши Вікторові Федоровичу цю важливу справу. Адже наш колега виріс у стінах університету, знав і любив його як свій дім, чітко розумів, як потрібно будувати нову, невластиву раніше університетові структуру – факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу.

І я пам'ятаю той резонанс, який викликала створена Віктором Федоровичем спочатку кафедра, а потім і факультет. Із притаманною йому скромністю Віктор Федорович жодним чином не афішував своїх заслуг, віддавав данину роботі свого колективу, та всі ми знали істинного автора усіх ідей та їх реального втілення.

Отож це був очевидний успіх – і Віктора Федоровича, і всього колективу. І не дивно, що досить швидко Віктор Федорович став лідером як у межах тодішнього (до 2011 року) факультету технології оздоровчих продуктів та готельно-ресторанної справи, а потім створеної ним структури.

Віктор Федорович дуже любив свій колектив (а це весь університет), був відкритим для всіх. Завжди підтримував порадами, допомогою своїх колег, умів

оцінити самовіддачу кожного у загальній справі і був незмінно вдячний тим, хто допомагав формувати новий напрям в університеті.

Віктор Федорович був дуже артистичним – завжди бездоганний одяг, підібраний із великим смаком, розкішна зачіска, вишукані манери. Мужнє, красиве обличчя, яке в нашій уяві асоціювалось із образом артиста Михайла Ульянова – кумира всіх жінок Радянського Союзу. А у відкритому погляді неймовірно красивих очей – постійна сердечність, доброзичливість, увага.

Неодноразово ми були свідками того, як вказівки та розпорядження декана своїм колегам формулювались у вигляді прохання, що викликало подвійну енергію, надихало виконати їх найкращим чином. А в результаті дуже швидко факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу став одним із найкращих. Девізом факультету стало гасло: «Факультет ГРТБ удосконалює тебе!»

Захоплення і незмінну вдячність викликає здатність Віктора Федоровича цінувати кожну людську душу, оберігати кожного від стресових ситуацій. Ніколи і ніхто в університеті не бачив Віктора Федоровича роздратованим, грубуватим, зверхнім. Студенти найчисленнішого факультету зверталися до Віктора Федоровича зі своїми проблемами, в його приймальній завжди було велелюдно, кожен приходив із упевненістю, що тут його почують і зрозуміють. І це завжди справджувалося.

Тому період становлення факультету ГРТБ під керівництвом Віктора Федоровича характеризується постійним розвитком, зростанням кількості студентів, захистами кандидатських і докторських дисертацій співробітниками.

Віктор Федорович ніколи не прагнув великого визнання, високих нагород. Та він заслужив найголовніше – любов усього університету, добру пам'ять, незмінний імідж створеного ним факультету. Факультету, який уже носить ім'я свого засновника, а всі члени колективу – і студенти, і викладачі – прагнуть бути гідними цього величного імені. І, мабуть, саме глибоке внутрішнє відчуття іншої людини дало підстави Вікторові Федоровичу зробити своєю наступницею Віту Валентинівну Цирульнікову. Справи на факультеті підтверджують цей вдалий вибір.

Доброзичливий, терплячий, виважений, Віктор Федорович ставав іще ніжнішим, коли розповідав або просто дивився на свою дружину – Ларису Юріївну. Тоді його очі сяяли від любові і постійного зачарування найкращою жінкою, яка стільки років була разом із ним. Про такого мужчину, таке щастя мріє кожна з нас, однак воно випадає лише обраним. А першим кумиром у житті Віктора Федоровича була його мама – вони й зараз поруч...

Ми впевнені, що коли у дівчаток, які навчалися або працювали під керівництвом Віктора Федоровича, народжуватимуться хлопчики, то багатьох із них хреститимуть ім'ям ВІКТОР.

Кажуть, що коли згасає велика зірка, світло від неї ще мільйони років лине до землі, зігріваючи все на своєму шляху. Ось так і те світло любові, пізнання, прагнення нового, людяності, яке запалив у кожному з нас Віктор Федорович, світитиме все життя – і нам, і майбутнім поколінням.

СЕКЦІЯ 1
«ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ
ТЕХНОЛОГІЇ»

***1. Інноваційні та удосконалені
технології ресторанної продукції,
розроблені під керівництвом доктора
технічних наук, професора Віктора
Федоровича Доценка***

1.1 СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ГЕРОДІЄТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Бортнічук О.В., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Сьогодні, перед дослідниками постала проблема оптимізації рецептурного та хімічного складу хлібобулочних виробів, яка призвела б до зниження калорійності та підвищення біологічної цінності готових виробів.

Перспективним рішенням даного питання є можливість сумісного використання в технології хлібобулочних виробів вторинних продуктів переробки харчової промисловості таких як суха молочна сироватка (СМС) та пшеничні висівки (ПВ).

Матеріали і методи. Досліджували тісто виготовлене традиційним безопарним способом. Для досліджень використовували чотири зразки: 1 – хліб виготовлений з борошна першого сорту, 2 – хліб з додаванням 10 % ПВ та 5 % СМС до маси борошна, 3 – зразок 2 з внесенням 0,7 % лецитину до маси борошна, 4 – зразок 3 з використанням ферментативної модифікації лактози. Визначення інтенсивності газоутворення та кінетику виділення діоксиду вуглецю в тісті проводили за методиками наведеними в лабораторному практикумі під редакцією В.І. Дробот. Визначення накопичення дріжджів в тісті проводили підрахунком мікроорганізмів у камері Горяєва

Результати. Встановлено *рис.1*, що сумісне використання пшеничних висівок та сухої

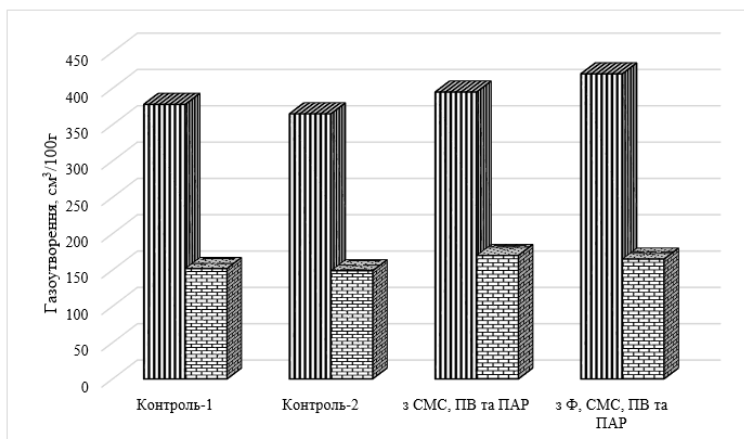


Рисунок 1 – Вплив досліджуваної сировини та поліпшувачів на інтенсивність газоутворення в тісті при:

— бродінні; — вистояванні;

молочної сироватки спричиняє зниження інтенсивності виділення вуглекислого газу дріжджовою мікрофлорою тіста. Внесення до досліджуваної сировини лецитину може сприяти підвищенню газоутворення в тісті. Показник виділення діоксиду вуглецю при використанні ПАР перевищує показники газоутворення

контрольного зразка без добавок на 6,6 %, та зразка з ПВ і СМС на 9,9 %. Очевидно, це пов'язано з дією фосфоліпідної складової емульгатора, яка сприяє більш ефективному доступу продуктів живлення до дріжджової клітини. Це являється важливим фактором на етапі приготування тіста.

Встановлено, що при проведенні ферментативної модифікації лактози в тісті також спостерігається підвищення газоутворення. Дана тенденція, очевидно, спричинена накопиченням простих цукрів, що утворюються в процесі гідролізу лактози, які використовуються як ефективне джерело живлення бродильною мікрофлорою.

Спостерігається стійка тенденція більш інтенсивного виділення діоксиду вуглецю у зразках тіста з використанням лецитину у порівнянні із зразками 1 та 2 *рис.2*.

Отримані дані дозволяють стверджувати, що внесення лецитину до рецептури покращує кінетику накопичення діоксиду вуглецю.

Внесення β -галактозидази безпосередньо в тісто також сприяє прискоренню утворення вуглекислого газу в тісті. При цьому, другий пік швидкості газоутворення припадає на

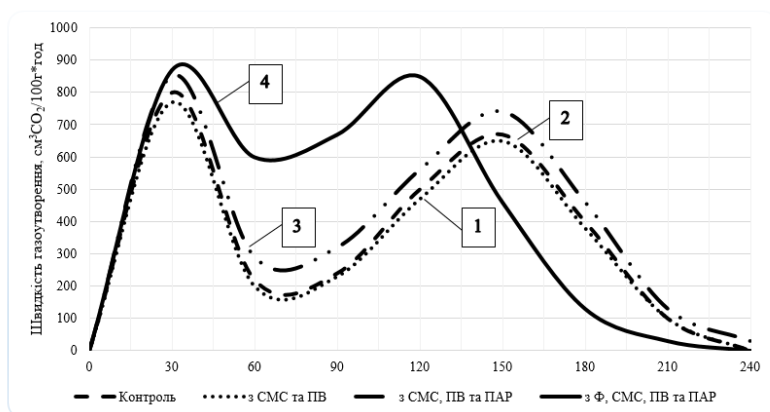


Рисунок 2 – Кінетика утворення діоксиду вуглецю в зразках тіста
 1 – контроль-1 (без добавок); 2 – контроль-2 (з СМС та ПВ); 3 – з СМС, ПВ та ПАР; 4 – з СМС, ПВ, ПАР та Ф.

110...120 хв бродіння, що дозволяє спрогнозувати скорочення технологічного процесу виробництва на 30...40 хв.

Проведені дослідження свідчать про те, що сумісне внесення ПВ та СМС гальмує приріст дріжджової мікрофлори. На всіх етапах відбору проб показник приросту був менший ніж для контролю без добавок. Використання лецитину дозволяє покращити динаміку накопичення бродильної мікрофлори і вона знаходиться на рівні дещо вищому, ніж контроль, що корелює з результатами попередніх досліджень.

Встановлено, що проведення гідролізу лактози СМС при бродінні тіста інтенсифікує накопичення дріжджових клітин в ньому. Слід відмітити, що згідно з даними наведеними на *рис. 4* максимальна кількість накопичення КУО бродильної мікрофлори для зразка з β -галактозидазою, СМС, ПВ та ПАР спостерігається на 120...130 хв бродіння, а для зразка без використання ферменту найбільша кількість КУО дріжджі спостерігається дещо пізніше на 150...160 хв.

Висновки. Використання лецитину та ферментативної модифікації лактози в тісті з ПВ та СМС дозволяє підвищити газоутворення, збільшити інтенсивність виділення діоксиду вуглецю в ньому та ймовірно скоротити тривалість технологічного процесу виготовлення хліба з досліджуваною сировиною, що можна вважати досить ефективним прийомом в технології хлібобулочних виробів в умовах закладів готельно-ресторанного господарства.

1.2 ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ПОВЕРХНЕВО-АКТИВНИХ РЕЧОВИН НА ПІНОУТВОРЮВАЛЬНУ ЗДАТНІСТЬ МЕЛАНЖУ ДЛЯ БІСКВІТНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ

Кобець О. С., к.т.н.,

Арпуль О. В., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), Київ

Вступ. Оскільки для закладів ресторанного господарства суттєву роль відіграє швидкість проведення процесу, зокрема і приготування бісквітних напівфабрикатів, з метою зменшення часу збивання яєчно-цукрової емульсії, для проведення збивання всіх компонентів в одну стадію та для отримання виробів більшого об'єму в технології приготування доцільно використовувати емульгатори [1].

Матеріали та методи. Нами було досліджено вплив емульгаторів для бісквітних напівфабрикатів, які найбільш широко використовуються на території України - «Grindsted Cake», «COLCO» та «ОВАЛЕТ СУПЕР» на основні показників піни.

Результати та обговорення. На першому етапі було визначено піноутворювальну здатність (ПУЗ) піни без добавок (контроль – меланж, меланж-цукор) та з додаванням емульгаторів «Grindsted Cake», «Colco» та «Овалет супер» згідно рекомендацій виробників у різній кількості.

Було встановлено, що найкращі показники якості піни мали зразки «Grindsted Cake» у кількості 1% до маси тіста, «Colco» - 1,8% та «Овалет супер» - 0,6% відповідно за умови збивання при 20 °С.

Найбільшу ПУЗ має меланж, але в технології бісквітних напівфабрикатів рекомендується збивати меланж та цукор в одну стадію, що істотно полегшує технологічний процес приготування, але зменшує якісні показники піни. Використання емульгаторів дозволяє цей вплив нівелювати.

У таблиці 1 наведені показники максимального значення ПУЗ для кожного зі зразків.

Таблиця 1 – Піноутворювальна здатність досліджуваних зразків

Досліджувана система	Час, за який відбувається піноутворення, хв	Максимальне значення ПУЗ, %
Меланж	10,0	350±5
меланж-цукор	25,0	245±2
меланж-цукор/«Grindsted Cake»	10,0	302±2
меланж-цукор/« Colco»	12,5	273±2
меланж-цукор/« Овалет супер»	14,0	265±2

Аналіз отриманих даних свідчить про те, що досліджувані емульгатори

підвищують ПУЗ на 8...23 % та зменшують час збивання суміші більш ніж у 2 рази. Зокрема, емульгатор «Grindsted Cake» має найвищу ПУЗ, а саме 302 %.

Висновок. За отриманими даними було визначено, що оптимальний вплив на емульсію меланж-цукор має емульгатор «Grindsted Cake», максимальне значення ПУЗ якого було на 23,3 % більше у порівнянні з системою меланж-цукор, також його використання сприяло зменшенню часу піноутворення у 2,5 рази.

Література

1. Абрамова, А. Г. Удосконалення технології бісквітів пониженої глікемічності та калорійності шляхом використання цукрозамінників нового покоління : дис. ... канд. техн. наук : 05.18.01 / Абрамова Ассят Георгіївна ; НУХТ. – Київ, 2015. – 200 с.

1.3 УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБА СПЕЦІАЛЬНОГО ДІЄТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Шидловська О.Б., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Пріоритетним напрямком харчової промисловості та ресторанного господарства є розширення сектору виробництва продуктів для спеціального дієтичного споживання, призначених для лікування, профілактики або запобігання хвороб аліментарного характеру. Окремо слід виділити глютензалежні захворювання, які розвиваються у відповідь на споживання проламінів деяких злаків, що містять специфічні токсичні олігопептидні послідовності, - гліадин пшениці, секалін жита і гордеїн ячменю. Тому, питання пошуку шляхів забезпечення необхідної якості аглютенівих хлібних виробів є особливо актуальним.

Матеріали та методи. В роботі використані стандартні та оригінальні методики з використанням сучасних приладів та засобів оформлення результатів.

Результати та обговорення. Вагомий внесок у розвиток науково-практичних засад виробництва безглютенового хліба з рисового борошна становлять результати досліджень дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеня доктора філософії Медвідь І.М. на тему «Удосконалення технології хліба спеціального дієтичного призначення», виконаної під керівництвом д.т.н., професора, декана факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Доценка В.Ф [1].

Задля удосконалення технології безглютенового хліба з рисового борошна науковцями запропоновано використання амілолітичних ферментів та структуроутворювачів.

Варто відзначити, що переважна більшість сучасних технологій хліба базуються на використанні в якості основної сировини крохмалю різного ботанічного походження, гідроколоїдів – як структуроутворювачів та цукру – джерела живлення дріжджів на етапі ферментації тіста. Однак, науково обґрунтовані технології хлібних виробів на основі безглютенового борошна без включення крохмалю та цукру, як рецептурних інгредієнтів, були відсутні.

У результаті проведених дисертаційних досліджень під керівництвом Доценка В.Ф. вперше доведено доцільність спільного використання грибною α-амілази та глюкоамілази задля накопичення моно-, дисахаридів, низькомолекулярних декстринів у безглютеновому тісті, активізації процесу спиртового бродіння в ньому, покращенню пружно-еластичних властивостей м'якушки готових виробів та подовженню терміну їх зберігання.

Для створення температурного і кислотного оптимумів для дії вищезазначених ензимів науково обґрунтовано та запропоновано спосіб виробництва напівфабрикату-гідролізату з рисового борошна. Визначено, що задля накопичення цукрів у межах оптимальних для життєдіяльності дріжджів

(5,9 % на СР) раціональними параметрами є тривалість ферментації 2 год та вологість борошняної системи 65 % за умови внесення α -амілази в кількості 0,005 % і глюкоамілази – 0,03 % до маси борошна, що дозволяє збагатити тісто легкодоступним живленням для бродильної мікрофлори.

Вперше встановлено ефективність спільного використання знежиреного лецитину, соняшникової олії, сухого яєчного білка і ГПМЦ у поєднанні з ферментативною модифікацією крохмалю борошна в технології рисового хліба, внесення яких на стадії замішування тіста сприяє покращенню якісних показників готових виробів. З використанням математичних методів експериментально-статистичного моделювання та оптимізації обґрунтовані дві рецептурні комбінації сировинних інгредієнтів: «лецитин – 1,0 %, олія – 3,0 %, сухий яєчний білок – 4,0 %» та «лецитин – 1,0 %, олія – 3,0 %, ГПМЦ – 1,0 %» до маси борошна. Доведена технологічна доцільність використання цих композицій у поєднанні з ферментативною модифікацією крохмалю борошна для підвищення газоутворення в тісті у 2,7-2,8 разів, активізації кислотонакопичення та зростання підйімальної сили дріжджів.

Науково обґрунтовано теоретичні та практичні аспекти структуроутворення в рисовому тісті з досліджуваною сировиною, яка вступає у синергічну взаємодію. Встановлено, що спільне використання знежиреного лецитину, соняшникової олії і сухого яєчного білка або ГПМЦ в якості структуроутворюючих інгредієнтів у технології безглютенового хліба зумовлює поліпшення в'язко-пластичних властивостей тіста із застосуванням ферментативної модифікації крохмалю, зниження адгезії, покращення газоутримувальної здатності, що разом з інтенсивнішим газоутворенням забезпечує зростання питомого об'єму та розпушеності готових виробів. Це підтверджено результатами ІЧ-спектроскопії, які свідчать про зміну структурно-механічних властивостей рисового тіста, ймовірно, за рахунок модифікації міжмолекулярних зв'язків.

Термогравіметричним аналізом встановлено збільшення у розроблених виробках вмісту міцно зв'язаної води та зменшення її втрат у процесі зберігання до 26 % порівняно з контролем, що сприяє подовженню терміну збереження свіжості безглютеновим хлібом. Рентгенографічними дослідженнями підтверджено сповільнення ретроградації крохмалю м'якушки готових виробів, внаслідок його деполімеризації з утворенням низькомолекулярних декстринів, зменшення рухомості молекул амілози за рахунок її взаємодії з лецитином, обволікальної дії ліпідів та використання високогідрофільних сполук.

Висновок. Таким чином, використання накопичених наукових даних при створенні та удосконаленні нових технологій хліба спеціального дієтичного призначення є важливим аспектом для людей з глютензалежними захворюваннями, а також становить значний науковий здобуток для проведення подальших досліджень в даному напрямі.

Література

1. Медвідь І.М. Удосконалення технології хліба спеціального дієтичного призначення : дис. ... докт. філософії : 181. Київ, 2020. 317 с.

1.4 УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БІСКВІТНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Кобець О. С., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), Київ*

Актуальному питанню удосконалення технології бісквітних напівфабрикатів оздоровчого призначення, які мають високі споживчі властивості та містять в своєму складі есенціальні нутрієнти була присвячена дисертаційна робота на здобуття наукового ступеня кандидата технічних наук Кобець О.С. на тему «Удосконалення технології бісквітних напівфабрикатів оздоровчого призначення», виконана під керівництвом д.т.н, професора, декана факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Доценка В.Ф.

На основі теоретичних і експериментальних досліджень науково обґрунтовано і удосконалено технологію та рецептурний склад масляних бісквітних напівфабрикатів функціонального призначення з використанням клітковинно-олійних напівфабрикатів.

Вперше запропоновано удосконалену технологію масляних бісквітних напівфабрикатів із застосуванням вакуум-випарного охолодження, яке забезпечує скорочення технологічного процесу приготування бісквіту на 80 %, а саме – вилучення з виробничого циклу етапу вистоювання, а також підвищення структурно-механічних та органолептичних показників якості готових виробів.

Висновки. В результаті проведених експериментальних досліджень розроблено рецептури і технологічні інструкції на нові вироби: масляний бісквітний напівфабрикат «Здоров'я» та «Феєрія»

Запропоновані технологічні рішення підтверджено патентами на винахід та на корисну модель. Технологію нових масляних бісквітних напівфабрикатів апробовано в умовах виробництва.

УДК 664.64:664

1.5 ПІДВИЩЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Різник А.О. асп.,

Цирульнікова В.В., к.т.н.,

Сильчук Т.А., д.т.н.

*Національний університет харчових технологій,
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Під керівництвом В.Ф. Доценка було розпочато наукове дослідження на тему: «Удосконалення технології хлібобулочних виробів підвищеної біологічної цінності» [1]. У зв'язку з проблемою дефіциту необхідних для організму людини макро- та мікронутрієнтів актуальним є використання нетрадиційної сировини, яка містить незамінні речовини.

Матеріали та методи. Збагачення хлібних виробів складними вуглеводами, вітамінами, мінеральними речовинами та клітковиною реалізовували заміною пшеничного борошна вівсяним толокном. З метою підвищення вмісту білків у хлібобулочних виробках, вносили казеїн. В якості структуроутворювачів в технології аглютенівих виробів було використано глюкано-дельта-лактон (ГДЛ). Для дослідження якості напівфабрикатів та готових виробів використовували фізико-хімічні та органолептичні методи аналізу. Харчову цінність готових виробів визначали за інтегральним скором [2].

Результати та обговорення. Виготовлення хлібних виробів проводили безопарним способом. Аналіз фізико-хімічних та органолептичних показників якості напівфабрикатів та готових виробів дозволив встановити, що раціональною є повна заміна пшеничного борошна на вівсяне толокно за умови внесення казеїну у кількості 5% та глюкано-дельта-лактону у кількості 1%. Таке співвідношення забезпечує необхідний питомий об'єм, пористість, стан м'якушки, зовнішній вигляд, смак та аромат аглютенівих хлібних виробів. Цінність вівсяного толокна полягає в тому, що до його складу входять: лігнін — виводить з організму шлаки, холестерин і токсини; біофлавоноїди — забезпечують профілактику онкологічних захворювань і позитивно впливають на імунітет; аланін — зміцнює імунну систему та регулює цукор в крові; цистеїн — захищає від радіації [3]. На основі аналізу хімічного складу дослідних та контрольних зразків вівсяного хліба встановлено, що використання в технології розроблених хлібобулочних виробів досліджуваних поліпшувачів покращує якісні характеристики готових виробів при внесенні їх в незначних кількостях.

Розроблені хлібні вироби мають на 18 % вищий вміст білків порівняно з контрольним зразком, що пов'язано зі внесенням до їх складу казеїну. Збільшення вмісту харчових волокон у поліпшених хлібних виробках відбуваються за рахунок використання ГДЛ. Оскільки дослідженнями хімічного складу готових виробів встановлено значне зростання вмісту білків у

хлібі, доцільним було вивчення його біологічної цінності (табл. 1).

Таблиця 1 - Біологічна цінність готових хлібних виробів

Незамінні амінокислоти	Склад «еталонного» білка, мг/г	Контроль (без добавок)			Хліб з вівсяним толокном		
		Вміст		Скор, %	Вміст		Скор, %
		мг/100г хліба	мг/г білка		мг/100г хліба	мг/г білка	
Валін	50	358	57,7	115,4	510	57,9	115,8
Ізолейцин	40	253	40,8	102	354	47,8	119,5
Лейцин	70	734	118,3	169	821	122,2	174,1
Лізин	55	107	17,2	31,2	114	18,3	33,5
Метіонін+цистин	35	323	52,1	148,8	379	61,1	174,2
Треонін	40	233	37,5	93,7	269	43,3	108,2
Триптофан	10	84	13,5	135	93	14,5	145
Фенілаланін+тирозин	60	93	8,5	14,2	122	13,8	23,0
Лімітуюча амінокислота, скор		Фенілаланін+тирозин – 14,2 %			Фенілаланін+тирозин – 23,0 %		

Аналіз даних показує, що включення казеїну в рецептуру хлібних виробів дозволяє наблизити масову частку таких незамінних амінокислот як ізолейцин, триптофан, до їх вмісту в «ідеальному» (еталонному білку).

За результатами визначення біологічної цінності білка розробленого хліба встановлено, що лімітуючою амінокислотою є фенілаланін і тирозин, скор яких становить 23 %. При цьому, у зрівнянні з контрольним зразком амінокислотний скор розроблених хлібних виробів є вищим на 11 %, а як відомо, чим ближче його значення до 100%, тим вища біологічна цінність виробу. Враховуючи дані можна стверджувати, що розроблені хлібні вироби мають підвищену біологічну цінність та здатні дещо більше задовольнити потребу організму в білках, фосфоліпідах та вітамінах групи В.

Висновок. Так, при споживанні розроблених хлібних виробів з внесенням вівсяного толокна збільшується відсоток покриття добової потреби організму людини в білках, жирах, клітковині, а також вітамінах і мінеральних речовинах. Завдяки цьому, організм людини отримує більшу кількість необхідних речовин для його нормального функціонування. Виробництво розроблених виробів може бути реалізоване в цехах закладів ресторанного господарства.

Література

1. Різник А. О., Доценко В.Ф., Цирульнікова В.В., Тищенко О.М. Продукт переробки вівса як альтернативна сировина в технології аглютонових хлібобулочних виробів. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки. 2021. № 25.
2. Лабораторний практикум з технології хлібопекарського та макаронного виробництв : навч. посібник / В.І. Дробот, Л.Ю. Арсенєва, О.А. Білик, В.Ф. Доценко та ін. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 341 с.
3. Різник А.О., Сильчук Т.А., Цирульнікова В.В., Тищенко О.М. Обґрунтування вибору вівсяного толокна для виробництва хлібних виробів у закладах ресторанного господарства. Наукові праці НУХТ. Том 27 №1 Київ. НУХТ. 2021. С. 89-97.

1.6 ТЕХНОЛОГІЯ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З НЕТРАДИЦІЙНОЮ РОСЛИННОЮ СИРОВИНОЮ

Мирошник Ю.А., к.т.н.

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. Дослідження, спрямовані на розробку технології борошняних кондитерських виробів з використання порошків з горобини червоної, калини та обліпихи, проводилися під керівництвом д.т.н., проф. Доценка В.Ф. протягом 2011 – 2021 років. Віктор Федорович здійснив вагомий особистий внесок у розвиток наукової думки, завжди приділяв велику увагу становленню молодих науково-педагогічних кадрів.

Актуальність теми. Близько 25% загальної кількості борошняних кондитерських виробів (БКВ) складають вироби з бісквітного тіста. Бісквітні кондитерські вироби відрізняються легкою засвоюваністю, приємним смаком і ароматом, привабливим зовнішнім виглядом. На основі бісквітних напівфабрикатів готується широкий асортимент різноманітних тортів, тістечок та рулетів.

Порошки з нетрадиційної рослинної сировини є перспективною сировиною для виробництва бісквітних напівфабрикатів підвищеної харчової цінності, оскільки свіжі ягоди та плоди є сезонним продуктом і не забезпечують регулярного надходження біологічно активних речовин до раціону харчування населення.

Матеріали та методи. В роботі використані сучасні літературні та наукові результати досліджень провідних науковців галузі харчової промисловості. Для обробки, викладення та узагальнення отриманих даних використані методи системного аналізу та синтезу.

Результати та обговорення. Досліджено хімічний склад та технологічні властивості рослинних порошків з нетрадиційної сировини. Встановлено, що клейковина з додаванням рослинних порошків характеризується більш високими показниками пружності: розтяжність зменшується на 10...16%, 16...26% та 19...38%, пружність клейковини підвищується на 2...5%, 9...18% та 12...32% для зразків з додавання порошків горобини, калини та обліпихи відповідно.

Досліджено, що обрані порошки підвищують стійкість жирової складової тіста до окиснювальних процесів майже у 1,6 разів. Високі антиоксидантні властивості досліджуваних порошків дозволяють очікувати від готових виробів з їх додаванням подовження термінів зберігання за рахунок уповільнення окисних процесів жирової складової тіста.

Висновок. Використання порошків з нетрадиційної сировини в технології БКВ призводить до підвищення харчової та біологічної цінності готової продукції. Використання досліджуваних порошків на підприємствах ресторанного господарства є передумовою розширення асортименту БКВ в меню.

2. ВИКОРИСТАННЯ ЕКОТРЕНДОВОГО ПОСУДУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Мартіянова А.О, ст. III курсу
Маслійчук О.Б., к.т.н

*Львівський національний університет імені Івана Франка
(ЛНУ ім. І. Франка), м. Львів.*

Вступ. Масштаби забруднення пластиком продовжують набирати обертів і, за прогнозами фахівців, якщо все триватиме так і далі, то до 2050 року людство стоятиме на межі екологічної катастрофи [1]. Глобальність проблеми полягає в тому, що приблизно 33 % всього пластику використовується одноразово, після чого викидається, а цей матеріал органічно не розкладається. І, на жаль, готельно-ресторанний бізнес також причетний до цього. Єдиний вихід із цієї ситуації, що дозволяє зменшити забруднення планети пластиком, – це перехід до використання екологічно чистих та органічних матеріалів. Період пандемії заставив готельно-ресторанний бізнес України адаптуватися до відповідних умов існування.

Метою даної роботи є моніторинг використання компостованого одноразового посуду та пакувальних матеріалів для їжі Vegware компанії Naturpack у закладах ресторанного господарства м.Львова та м.Києва.

Актуальність теми. Компанія Naturpack – офіційний дилер бренду Vegware в Україні. Реалізує повний асортимент рослинного компостованого пакування для закладів HoReCa. Сертифікований [2].

PLA замінює звичайний пластик у внутрішніх стінках паперових стаканів, використовується для прозорих частин пакування для сендвічів, також з цього матеріалу виробляють прозорі стакани для холодних напоїв, соломинки, контейнери та соусники. Кришки для напоїв та столові прибори виготовляють з CPLA. Асортимент продукції з багаси включає в себе асортимент посуду і боксів для їжі з собою різних форм і розмірів. Натуральний матеріал не накопичує конденсат, а їжа всередині залишається свіжою і хрусткою. Багасса – блискуча екологічна альтернатива полістиролу. Компостується в промислових умовах разом з харчовими відходами [1, 3].

Результати та обговорення. На сьогодні є укладені договори про співпрацю із такими закладами як: «Гранд Готель», «Банк Готель», «Фреш-суші» (м.Львів), «Ля-сільпо», «Євразія» (м.Київ). Дані заклади готельно-ресторанного бізнесу одні із перших, які свідомо відносяться до питання екології нашої держави. Заклади обрали для себе різноманітні позиції із каталогу продукції, а саме: стани для гарячих напоїв, контейнери для супу з переробленого картону ламіновані PLA; кришки для стаканів – із CPLA; стакани для холодних напоїв, комплект-бокси для суші, соусники, контейнери для делікатесів – із PLA; столові прибори - із CPLA; посуд та коробки – із багаси; крафтові картонні коробки для сендвічів з віконцем із PLA; картонні коробки для їжі та бокси для салатів; жиростійке пакування; пакування для гарячої їжі та для фаст-фуду; крафтові пакети для їжі з собою.

Впровадження інновацій пакувальної продукції у ресторанних закладах, зокрема для кейтерингових послуг, допоможе вивести підприємства цього типу на новий рівень розвитку в умовах мінливості, трансформації і глобалізації у суспільстві.

Висновок. Здійснено моніторинг використання компостованого одноразового посуду та пакувальних матеріалів для їжі Vegware компанії Naturpack у закладах ресторанного господарства м.Львова та м.Києва. Встановлено, що заклади ресторанного господарства використовуючи даний посуд завойовують більше лояльних клієнтів та піклуються про екологію нашого з Вами майбутнього.

Література.

1. Паска М.З., Маслійчук О.Б. Інновації екоупаковки для закладів ресторанного господарства. *Ресурсо- та енергоощадні технології виробництва і пакування харчової продукції - основні засади її конкурентноздатності: Матеріали ІХ Міжнародної спеціалізованої науково-практичної конференції, 10 грудня 2020 р., м.Київ.* К. НУХТ, 2020. С.94-96.

2. www.vegware.com

3. www.naturpack.com.ua

3. ВПЛИВ ДОБАВКИ БІЛКОВО-МІНЕРАЛЬНОЇ УДОСКОНАЛЕНОЇ НА ТЕХНОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ М'ЯСНИХ ПОСІЧЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ

Лещенко К.Г., асп.,
Серік М.Л., к.т.н.,
Пивоваров Є.П., д.т.н.,
*Державний біотехнологічний університет
(ДБТУ), м. Харків*

Вступ. М'ясні продукти відіграють важливу роль у структурі харчування населення України. Посічені м'ясні напівфабрикати користуються значним попитом на споживчому ринку України.

Актуальність теми. Відомо, що недостатнє надходження мікронутрієнтів із їжею – загальна проблема сучасного людства. Серед дефіцитних мінеральних елементів кальцій займає одне з перших місць. Таким чином актуальною є проблема розробки нових продуктів, які містять кальцій з високим ступенем стабільності характеристик та біологічної доступності нутрієнтів. М'ясні посічені напівфабрикати користуються значним попитом зокрема через розвитком мереж підприємств «Fast food», більшість з яких мають в асортименті страв гамбургери, нагетси та інші м'ясні посічені страви. Крім того, використання заморожування, як одного з освоєних методів збільшення термінів зберігання м'ясних напівфабрикатів, потребує забезпечення збереження високих споживчих та технологічних характеристик продукту до та після заморожування. Саме тому новим напрямом розвитку технологій м'ясних посічених напівфабрикатів є пошук і наукове обґрунтування використання нових харчових інгредієнтів, які будуть підвищувати харчову цінність та покращувати технологічні характеристики готової продукції.

Матеріали і методи. В якості об'єктів збагачення обрано напівфабрикати м'ясні на основі яловичини та курятини. Як збагачувальний інгредієнт обрано добавку білково-мінеральну удосконалену (ДБМУ), що містить білково-мінеральний кальцій та магній, а також має у своєму складі хондроїтинсульфати. У ході експерименту варіювали вміст ДБМ до 5% від маси м'яса.

Структурно-механічні характеристики зразків м'ясних фаршів досліджували за допомогою еластопластометра Толстого в умовах постійно діючої напруги.

Дослідження ступеня penetрації зразків м'ясних посічених напівфабрикатів та готових виробів проводили на пенетрометрі «Labor».

Результати. Нами проведено ряд досліджень з визначення структурно-механічних показників якості, які нормуються для м'ясних напівфабрикатів та споживчих характеристик нових продуктів, виготовлених із використанням ДБМУ. Досліджено деформацію, пружність, пластичність, еластичність сирих яловичих та курячих фаршів із вмістом ДБМУ у свіжовиготовлених, після заморожування (-15...-18 °С), зберігання протягом 25 діб та подальшого

розморожування. Додавання до 7 % ДБМУ призводить до помітного збільшення умовно миттєвого модулю пружності і високопружний модуль в 4,4 рази для яловичого фаршу і у 2,7 рази для курячого відповідно. Ймовірно, це пов'язано з тим, що компоненти добавки (хондроїтинсульфату, частково гідролізовані білки колагену) у гідратованому стані підвищують в'язкість дисперсного середовища і сприяють ущільненню м'ясного фаршу. Яловичий фарш має тенденцію до зміни модуля високої пружності через більший вміст сполучної тканини порівняно з курячим фаршем.

Припускаємо, що пружність курячого фаршу втрачається через часткове руйнування замороженої вологи. Найбільш виражена тенденція спостерігається в контрольних зразках і при вмісті добавки більше 5 %. Найменші зміни до і після заморожування спостерігаються при вмісті добавки 2...5 %.

Зазначені вище зміни пов'язані з тим, що використання ДБМУ забезпечує стабілізацію вологи та пригнічення росту кристалів води. Виражений кріопротекторний ефект ДБМУ визначає збереження структури фаршу при заморожуванні. Це запобігає денатураційної трансформації лабільних саркоплазматичних білкових фракцій і дозволяє зберегти структурно-механічні характеристики м'ясних посічених систем, що дозволяє після заморожування забезпечити стабільність органолептичних показників якості готовим кулінарним виробам, виготовлені з використанням добавки. Після заморожування та розморожування додавання добавки мінімізує деструкційний кріогенний вплив та сприяє збереженню структури м'ясної системи та зменшенню втрати вологи та поживних речовин за рахунок збереження вологи в середині продукту.

Таким чином додавання ДБМУ до складу м'ясних посічених систем дозволяє збагатити м'ясну продукцію, зокрема м'ясні посічені напівфабрикати засвоєваними сполуками кальцію та покращити технологічні та споживчі характеристики готової продукції. Це може дозволити одночасно частково вирішити проблему втрат вологи м'ясними системами після заморожування та наступної термообробки.

У зразках після термообробки з додаванням ДБМУ характеризуються зменшенням числових значень показників, що пояснюється зниженням міцності структури. Зниження механічної міцності та пружності призводить до підвищення ніжності та соковитості готового продукту. Свіжовиготовлені фаршеві системи шляхом збагачення ДБМУ навпаки характеризуються збільшенням числових значень, що пояснюється підвищенням міцності структури за рахунок збільшення зв'язування вологи, про це свідчать дослідження граничного напруження зсуву(ГНЗ).

Спостерігається збільшення ГНЗ фаршів до 15-30% з використанням добавки до 5%. Збільшення ГНЗ контрольних зразків до 25%, є результатом втрати частки вологи, що призводить до ущільнення структури. Зразки з додаванням 5% ДБМУ збільшення ГНЗ не перевищує 8%. У термооброблених фаршевих системах спостерігається зниження ГНЗ до 25-50%, що свідчить менші втратами вологи після термообробки. Зміна ГНЗ контрольних зразків після кріогенного впливу сягає до 40%, а у зразків із 5% ДБМУ не перевищує

25%. [2]. Це свідчить про позитивний вплив добавки на забезпечення стабільності характеристик м'ясних посічених систем після заморожування.

Висновки. Використання ДБМУ в технології м'ясних посічених напівфабрикатів призводить до суттєвих позитивних змін їх хімічного складу та структурно-механічних характеристик, що зумовлено в першу чергу збільшенням вологозв'язування системами з використанням добавки. Це дозволяє вирішити одразу декілька проблем: зменшити негативний ефект низьких температур та на стан м'ясного продукту під час заморожування та наступної термообробки; підвищити вихід готового продукту; удосконалити хімічний склад м'ясних посічених напівфабрикатів, зокрема збагатити продукцію засвоюваними сполуками кальцію.

Перспективою у цьому напрямі є формування нових напрямів виробництва м'ясних напівфабрикатів високого ступеню готовності з регульованим мінеральним складом, що дозволить розширити асортимент м'ясної продукції та наповнити ринок продукцією із покращеними споживними властивостями.

Література

1. Технологія м'ясних посічених виробів із використанням напівфабрикату білково-мінерального / М. П. Головка, М. Л. Серік, Т. М. Головка, В. В. Полупан // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. – Одеса : ОНАХТ, 2013. – Вип. 44, т. 2. – С. 189–193.

2. Лещенко К.Г. Вплив добавки білково-мінеральної на деякі характеристики м'ясних посічених систем / К.Г. Лещенко, М.Л. Серік, Є.П. Пивоваров // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі: зб. наук. пр. / відпов. ред. О.І. Черевко. – Харків: ХДУХТ, 2021. – Вип. 1 (33). – С. 19-31.

3. Наукові основи технології мінералізованих продуктів харчування: монографія в 3 ч. Ч. 1. Використання продуктів переробки харчової кістки в технології продуктів спеціального призначення / О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2013. – 207 с

4. ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ

Ціпух І., студент
Лилак Г.М., викладач

*ВСП «Івано-Франківський фаховий коледж ресторанного сервісу і туризму
НУХТ»*

2022 рік можна вважати роком перемін в ресторанній індустрії.

Насамперед слід сказати про глобальні мегатренди, що впливають на всі галузі, включаючи ресторанний ринок.

Мегатренди – це великі сили, які протягом наступних 10-15 років значно вплинуть на весь світ. Понад те, більшість їх тісно пов'язані між собою. Прикладами мегатрендів можна назвати диджиталізацію та стрімкий розвиток технологій, кліматичні зміни та sustainability (дбайливе ставлення до природних ресурсів), демографічні зрушення та тотальна урбанізація. Таким чином, мегатренди впливають на кожну сферу та галузь, породжуючи внутрішні тенденції. У ресторанному бізнесі та фуд-сфері це: увага до безпеки та демонстрація чистоти (повсюдні санітаїзери та інше), підвищена турбота про здоров'я. У ресторанному бізнесі цей тренд проявився разом із зростаючою популярністю флексітаріанства – гнучкого вегетаріанства, яке ще називають дієтою року. Ще один яскравий прояв тренду – це акцент на підвищенні та зміцненні імунітету, про що свідчить поява в меню все більшої кількості імбиру, куркуми, цинку, зеленого чаю, меду, насіння чіа та CBD, а також корисних ферментованих продуктів – кімчі, чайного гриба та інше [1].

Справжнім проривом останнього десятиліття стало використання в роботі комп'ютерно-касових систем (ККС). Автоматизація та диджиталізація ресторану, є актуальним завданням для адміністраторів і власників закладів сфери HoReCa. Диджиталізація також дала серйозний поштовх розвитку фуд-теху, а безконтактні технології, у свою чергу, дуже змінюють ресторанний сервіс - це системи безконтактного замовлення та оплати, віртуальні черги, вендінгові машини з різноманітними продуктами та роботи-доставники. Оскільки щороку кількість працездатного населення зменшується і зростає проблема трудової міграції – через це у світі розвивається тренд автоматизації – дедалі більше рестораторів роблять інтеграцію з технологіями для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці. Без системи управління та обліку, неможливо уявити жоден сучасний заклад. Будучи практично непомітною клієнтам закладу, система грає важливу роль в оперативності, зручності обслуговування і управлінні закладом. Це дозволило максимально можливо спростити процес обслуговування, підняло якість надання послуг і покращило точність роботи бухгалтерії. Тепер, щоб побачити активні замовлення достатньо натиснути на декілька клавіш, або провести по дисплеї. Введення в обіг електронної бухгалтерії дало директорам потужний інструмент контролю власного бізнесу та навіть через інтернет створювати програми лояльності. Також, використання робототехніки дозволило величезним підприємствам поставити на конвеєр виробництво продукції, при цьому

мінімізувати людський вплив, що в умовах тотального карантину виявилось хорошою інвестицією [2].

Таке втручання техніки та роботів може навести жах та паніку, адже вони «витісняють» людську працю, і взагалі, вони не можуть все робити, як люди – скажете ви, але не варто боятись змін, адже вони нормальні.

Крафтова їжа та напої. Для нас стало нормою ходити в улюблену корчму і випивати там «крафтової наливки». А закладам стало вигідно виготовляти напої самим. Що таке крафт? В декількох словах – це те, що зроблено своїми руками. Крафтовий хліб – це модний тренд у всьому світі. Мода на органіку – дає про себе знати [3]. Справжній фурор справили заклади нового типу: «веганські» або «сироїдні». Такі заклади є новаторами, а в той же час максимально актуальними, адже кількість прибічників веганства росте з кожним днем. Такі заклади є максимально схожі з будь-яким ЗРГ, проте концепція у них кардинально інша.

Доставка і їжа на винос. Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами. Додатки Delivery.com, Uber Eats, Caviar - одні з найпопулярніших в сфері їжі в світі. Набирає популярності і мультимедійність в закладах громадського харчування - це комбінація онлайн і офлайн продажів [4]. Також ми бачимо відображення світових трендів і у форматах самих закладів, і меню, і барних картах. Наприклад, гібридизація простору, коли ресторан поєднаний з магазином продуктів (grocery+restaurant=grocerant) та виробництво з продажем своїх продуктів (приклад WineTime) [1].

Одна з нових ідей на ринку – «хаби» для віртуальних закладів: кухні різних ресторанів під одним дахом, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення і розвозять їх клієнтам. Це здешевлює витрати закладів та робить доставку більш доступною для відвідувачів.

Ресторани-офіси. Зі зростанням популярності віддаленої роботи, все більше людей перекочують у ресторани та кафе, щоб працювати звідти. Тому заклади починають підлаштовуватись під потреби відвідувачів, пропонуючи не тільки гарне меню, а й комфортне місце для роботи.

Висновки. Можна дійти висновку, що сфера ресторанного обслуговування динамічно розвивається. Інноваційність в галузі стосується багатьох складових діяльності закладів харчування, передусім нових форматів закладів, диджиталізації та автоматизації виробничих процесів, технології обслуговування, асортименту страв та напоїв тощо.

Література

1. <https://gloss.ua/restoraunt/135976-dark-kitchens-kraftovye-produkty-i-aktsent-na-zdorovoj-pishche-ekspert-rasskazala-o-fud-trendakh-2022>
2. https://jsolutions.ua/ua/sistema-upravleniya-restoranom?gclid=CjwKCAiA-P7xBRAvEiwAow-Vac2gGjTelw0bu2T-lzt37q2LNd71OWwR23D_q_g6KN2wmmStQw-kVBoConEQAvD_BwE
3. <https://buduysvoe.com/publications/moda-na-kraft>
4. <https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends>

5. SOUS VIDE - ІННОВАЦІЙНА РЕСТОРАННА ТЕХНОЛОГІЯ

Соляр Л.В., викладач - методист
ВСП «Могилів-Подільський
технологічно-економічний фаховий
коледж ВНАУ (ВСП МПТЕФК ВНАУ)
м.Могилів-Подільський

Збереження здоров'я та працездатності населення, подовження тривалості й поліпшення якості життя громадян є основою Концепції державної політики України в галузі ресторанного господарства.

На стан оздоровлення людей, емоційний настрій і ефективність роботи впливає багато чинників, серед яких визначальним є якість харчової продукції, що на пряму залежить від шляхів і способів її створення, а також від технології її приготування.

Кулінарія – вона як мода, ніколи не стоїть на місці, постійно поліпшується та розвивається.

Одним із напрямків створення кулінарної продукції нового покоління, який опановують студенти ВСП «Могилів-Подільський технологічно-економічний фаховий коледж ВНАУ» спеціальності 181 Харчові технології освітньо – професійної програми «Виробництво харчової продукції» з дисципліни «Технологія виробництва кулінарної продукції» – приготування овочів та овочевих страв «без повітря», тобто під вакуумом. Це технологія sous vide, основним принципом якої є поєднання приготування харчових продуктів у вакуумній упаковці при низьких температурах з подальшим швидким охолодженням і регенерацією [1].

Технологія sous vide – це революція у ресторанному господарстві. Метод був винайдений шеф – кухарем Жоржем Пралусом у 1960 –х роках, але гідно оцінений тільки в 2000 –х.

Основними особливостями даної технології [3]:

- новий погляд на традиційні кулінарні прийоми – це обробка в киплячій воді, парюю або гарячим повітрям продуктів, які упаковані у вакуумні пакети. Приготування у вакуумі дозволяє зберегти колір продуктів, досягти стану медіум;
- застосування в кулінарії креативних правил: особливості методики приготування страв в апаратах системи sous vide.

Це дозволяє:

- зменшити втрати маси овочів на етапі теплової обробки і зберігання;
- максимально розкрити справжній смак овочів, зберегти їхню консистенцію, однорідність та поживні речовини, максимально зберегти поживні речовини і вітаміни;
- страви можуть використовуватися для дієтичного харчування людей, тому що містять мало солі і насичених жирів, готуються без консервантів, стабілізаторів та загусників. При цьому підвищується ефективність ресторанного бізнесу. Така організація технологічного процесу дозволяє раціонально організувати виробництво;

- посилити контроль виробництва, витрат і якості.

Приготовлені овочі та овочеві страви методом *sous vide* захищені вакуумом від зовнішніх забруднень, хворобливих мікроорганізмів, здатні тривалий час зберігатися при температурі від 0 до + 3С.

Студенти готували овочі та овочеві страви за технологією *sous vide*, а потім досліджували їх якість, порівнюючи зі справами, які приготовані за традиційними кулінарними технологіями.

Наприклад, приготовлені за сучасною технологією томати, баклажани, морквяний та грибний салати досліджувалися як за органолептичними (колір, запах, смак, консистенція) так і фізико-хімічними показниками (вміст білків, вуглеводів, вітамінів) [2].

Аналізуючи отримані результати, можна дійти висновку, що овочі та овочеві страви, приготовлені за сучасною технологією *sous vide* максимально зберегти вміст поживних речовин на якість.

Висновки. Вакуумний метод технології *sous vide* не призводить до зміни органолептичних показників овочів і овочевих страв, які часто виникають при традиційній тепловій обробці; мають більш щільну консистенцію та насичений смак, що максимально задовольнить потреби споживачів у закладах ресторанного господарства.

Література

1. Архіпов В.В., Іванникова Т.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навчальний посібник - Київ: Центр учбової літер., 2008- 384 с.
2. Пересічний І.М. Технологія продуктів харчування функціонального призначення: монографія - Київ: НТЕУ, 2008 – 718с.
3. Ресторатор, 2013. № 1,2 – 71с.

6. ПРОРОЩЕНІ ЗЛАКИ У ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОПЕЧЕННЯ

Білик О.А., к.т.н.

Бурченко Л.М., доктор філософії

Національний університет харчових технологій, НУХТ (м. Київ)

Вступ. Основою раціонального харчування є збалансований та різноманітний раціон, адже жодний продукт не в змозі забезпечити організм всіма необхідними нутрієнтами. Хлібобулочні вироби відносяться до продуктів щоденного споживання всіх верств населення. З метою збагачення хімічного складу хлібобулочних виробів та підвищення їх харчової та біологічної цінності доцільно використовувати суміш пророщених зерен компанії «CHOICE» (Україна), до складу якої входять пророщені зерна пшениці, ячміню, вівса та кукурудзи.

Актуальність теми. Одним з основних завдань в технології виробництва хлібобулочних виробів є пошук таких добавок, що разом з підвищенням харчової та біологічної цінності готових виробів сприяють прискоренню технологічного процесу та підвищення якості виробів.

Матеріали та методи. В роботі досліджували вплив суміші пророщених зерен на якість хлібобулочних виробів, виготовленого безопарним прискореним способом тістоприготування з борошна пшеничного вищого сорту.

Результати та обговорення. Суміш пророщених зерен дозували у кількості 5, 10 та 15 % до маси борошна.

Результати досліджень показують, що зі збільшенням дозування суміші пророщених зерен погіршуються як органолептичні так і фізико-хімічні та спеціальні показники якості. Знижується питомий об'єм, формостійкість, пористість готових виробів але при цьому penetрація м'якушки покращується, що свідчить про подовження свіжості. Збільшується кислотність виробів порівняно з контрольним зразком за рахунок високої кислотності суміші пророщених зерен злаків. Спостерігається липкість та заминання м'якушки готових виробів.

За комплексним показником якості рекомендованим дозуванням для хліба пшеничного та булочного виробу з борошна вищого сорту є 5 % до маси борошна, але для зменшення енергетичної цінності і поліпшення харчової та біологічної цінності раціональним дозуванням суміші пророщених зерен є 15 % до маси борошна.

Висновок. У разі використання суміші пророщених зерен в кількості 15 % до маси борошна доцільно використовувати полікомпонентні суміші для покращання їх якості та подовження свіжості.

Література

1. Отримання біологічно-активного продукту «пророщені зерна» : пат. 46340 Україна : МПК А23L 1/172. № а 2009 11217 ; опубл. 10.12.2009. Бюл. №23.

7. СОЛОДКІ СТРАВИ ЗА ПРАВИЛАМИ «ЗДОРОВОЇ ТАРИЛКИ ХАРЧУВАННЯ»

Силка І.М., к.т.н.,
Бондар Д.О., здобувач,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Відомо, що нераціональне харчування суттєво впливає на тривалість життя людини та призводить до виникнення й розвитку неінфекційних захворювань, зокрема діабету. З метою зменшення поширення хвороб цивілізації експерти Гарвардської школи розробили нещодавно цілу систему збалансованого меню під назвою "Тарілка здорового харчування" [1].

Актуальність теми. В рамках сучасних тенденцій харчування споживачі прагнуть зменшити споживання цукру в своєму раціоні. Щоб не відмовлятися від солодкого смаку закладами ресторанного господарства пропонується повна, або часткова заміна цукру на цукрозамінники, підсолоджувачі, фрукти багаті цукристими речовинами, тощо. Тому особливої актуальності набувають муси – збиті і закріплені желатином солодкі страви, приготовлені з плодів та ягід.

Матеріали та методи. При експериментальних дослідженнях матеріалів використовували діючі нормативні документи сировину. Для дотримання вимог якості продукції в дослідженні був застосований органолептичний метод, який ґрунтується на використанні інформації, яку отримують в результаті аналізу відчуттів, сприйнятих органами чуття.

Результати та обговорення. Основною метою було зменшити енергетичну цінність страви не погіршуючи органолептичних характеристик та харчової цінності мусу. За основу обрали мус «Полуничний», який готують із тих же продуктів, що й желе. Він відрізняється тим, що має пишну, ніжну, дрібнопористу, пружну консистенцію, бо маса, що желюється, збивається до збільшення в об'ємі в 4-5 разів.

У рецептурному складі контрольного зразка (мус «Полуничний») було запропоновано замінити 40 % цукру на корінь солодки, який додавали в процесі підготовки цукрового сиропу в подрібненому вигляді. Це дозволило зменшити енергетичну цінність готової страви на 24,3 %. За рахунок свого солодкого смаку корінь солодки добре поєднується з фруктами. Отримані зразки мали високу органолептичну оцінку та підвищений вміст біологічно активних речовин.

Висновок. Часткова заміна цукру на корінь лакриці при приготуванні мусу «Полуничний» дозволяє розширити асортимент солодких страв, зменшити енергетичну цінність контрольного зразка. Розроблена солодка страва містить у своєму складі менше цукру та більше фруктової складової, що відповідає правилам «здорової тарілки харчування».

Література

1. Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Порівняйте свою їжу з «Тарілкою здорового харчування» Електронний ресурс] Режим доступу: <https://moz.gov.ua/article/health/porivnjajte-svoju-izhu-z-tarilkoju-zdorovogo-harchuvannja> (дата звернення 30.03.2015) – Назва з екрана.

8. МОРОЗИВО В РОЛАХ

Коваль О.А., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Гуць В.С., д.т.н.,

*Київський національний університет культури і мистецтв
(КНУКіМ), м. Київ*

Вступ. Морозиво – одне з популярних продуктів літнього періоду. Це - заморожений солодкий десертний продукт. Традиційно морозиво виготовляють з молока, вершків, масла, цукру з додаванням смакових та ароматичних речовин. Сучасне морозиво характеризується великою кількістю технологічних добавок штучного походження для одержання сталої якості готового продукту незалежно від якості основної сировини.

Актуальність теми. Все більше уваги населення України приділяє правильному здоровому харчуванню, що пов'язано з життєво важливими функціями організму. Головним завданням харчової галузі є розробка нових та поліпшення традиційних продуктів харчування на основі розширення сировинної бази за рахунок натуральної сировини, запозичення та розробки інноваційних для нашого ринку технологій та адаптування їх до смаків та уподобань українців.

Матеріали і методи. Використано методи аналізу й синтезу, порівняння, системного підходу. Проаналізовано перспективи запровадження в ресторанному господарстві інноваційного для українського ринку морозива із замороженої суміші у вигляді ролів.

Результати та обговорення. Морозиво у класичному вигляді за зовнішнім виглядом являє собою збиту, насичену повітрям заморожену суміш з різних харчових компонентів рівномірно розподілених за всією масою. Колір, запах, смак морозива залежать від якості молока та молочних продуктів, їх попередньої обробки, застосованих харчових наповнювачів, технологічних добавок.

Практичні дослідження з визначення вмісту повітря в готовому морозиві, однорідності, піностійкості свідчать про особливу увагу виробників до цих показників споживчої якості.

Для отримання однорідності структури, підвищеної в'язкості додаються стабілізатори на основі з гуарової камеді, камеді ріжкового дерева, ксантанової камеді, карбоксиметилцелюлози, каррагінанів.

Морозиво також може містити добавки: антиокиснювачі, антизлежувальні компоненти, гелеутворювачі, згущувачі, барвники, консерванти, ароматизатори, піноутворювачі, регулятори кислотності, стабілізатори піни, емульгатори, підсолоджувачі.

Особливим напрямом в виготовленні морозива є заміна тваринних жирів на рослинні як з метою зменшення калорійності морозива, так і з метою зменшення собівартості. Разом з тим стоїть питання щодо корисності пальмової, кокосової олій, саломаси, моно- і дигліцеридів жирних кислот, що є

складовими сучасного морозива як загартованого, так і м'якого. Ці та подібні компоненти сучасного морозива негативно впливають на організм людини дорослої, ще більш негативний вплив вони мають на дитячий.

Головна задача дослідження: розглянути можливості розширення асортименту морозива шляхом застосуванням нових технологій отримання тонких пластів морозива з натуральних продуктів у вигляді ролів та вплив такого морозива на здоров'я споживачів.

Батьківщиною цього виду морозива є Таїланд. Тайці називають своє морозиво roll ice-cream, що означає морозиво. Починаючи з 2015 року такий вид десерту став з'являтися спочатку в США, а потім так зване «смажене морозиво» набрало популярності в Великобританії та в континентальній Європі. В останні роки започаткували його в Києві, Харкові, Одесі, Львові.

Технологія морозива передбачає застосування натуральних високоякісних компонентів на молочній основі у вигляді вершків, йогуртів, молока згущеного.

Від вибору складових споживачем, візуалізації технологічного процесу робить це морозиво індивідуально корисним і смачним.

Особливістю технології є незначна, впродовж 3-6 хвилин тривалість виготовлення методом заморожування в тонкому шарі молочно-фруктової суміші посіченої ручним способом з подальшим розміщенням та притисненням до поверхні пластини з температурою від мінус 20 до мінус 35 °С, формуванням зрізуванням і згортання шару суміші у вигляді ролу безпосередньо перед споживачем продукту. Отримане морозиво має кінцеву температуру на виході від -15 до -22 °С.

Важливим для отримання якісного продукту є однаковість температури на всій пластині плаского фризера та товщини шару морозива.

Для отримання морозива зі зниженим вмістом лактози у якості сировини використовують молочні йогурти. За потреби отримання морозива нетваринного походження безлактозного, молочну сировину заміняють на соєве, мигдальне, кокосове молоко. Крім молочних сумішей для отримання фруктових видів морозива можна застосувати дво- або багатокомпонентні соки, пасти, пюре з додаванням фруктів у вигляді подрібнених шматочків під час заморожування.

Інновацією в технології рол морозива є комп'ютерне складання рецептури за бажанням споживача за заданою калорійністю, вітамінним складом, на основі безлактозної або молочної сировини, без алергенів рослинного походження.

Висновок. В результаті теоретико-аналітичних досліджень проаналізована технологія, складові сучасних видів морозива, представлена технологія порівняно нового виду рол морозива. Аналіз складових roll ice-cream сумішей дозволяє стверджувати, що застосування комп'ютерних розрахунків дозволить отримувати продукти, що відповідають запитам оздоровчого харчування, продукт не містить консервантів, згущувачів, має мінімальний вміст цукрів, жирів. Присутність замовника дозволяє йому обрати гіпоалергенні компоненти. Застосування свіжих фруктів ягід, цитрусових, горіхів дозволить підвищити вміст вітамінів, зробити продукт натуральним, поживним, смачним.

9. ОВОЧЕВИЙ ДЕСЕРТ – ЦЕ СМАЧНО

Гудь А.О., магістр,
Кравчук Н.М., к.т.н., доцент.,
Бандуренко Г.М., к.т.н., доцент,
*Київський кооперативний інститут бізнесу і права
(ККІБП), м.Київ*

Вступ. Заклади ресторанного господарства сьогодні пропонують велике різноманіття солодких страв, попит на які з кожним днем зростає.

В даний час важливого значення набувають проблеми розробки технології солодких страв поліпшених споживчих властивостей, що передбачали б підвищення харчової цінності, покращення органолептичних показників.

Актуальність теми. Для розширення асортименту при виготовленні солодких страв технологи вдосконалюють існуючі рецептури або створюють нові, все це для того, щоб внести свою родзинку в той чи інший виріб. Рецептурний склад даних страв піддається регулюванню, що дозволяє на їх основі створювати продукти харчування, які відповідають традиційним вимогам до споживчих властивостей і сучасним вимогам науки про харчування [1].

Харчова цінність солодких страв обумовлена високим вмістом вуглеводів, жирів, білків. Проте вміст ряду есенціальних компонентів, таких як вітаміни, мінерали, харчові волокна в даних виробках, незначні. В зв'язку з чим дослідження, направлені на розробку збагачених солодких страв є актуальним.

Матеріали та методи. Використовували методи планування експерименту із зазначенням завдань та математичної обробки експериментальних даних із використанням сучасних комп'ютерних програм, стандартні органолептичні, показники якості готових страв.

Результати та обговорення. З метою задоволення потреб споживачів у виробництві продуктів, які забезпечують відповідність рекомендованим нормам раціонального харчування за показниками харчової і біологічної цінності, розширення їх асортименту, проводяться дослідження з вивчення доцільності використання нової сировини в рецептурах десертних страв.

Кухарі деяких найсучасніших ресторанів країни включають у свої десерти овочі, які відрізняються високою харчовою цінністю. Відомі десерти з гарбуза та буряка, особливо в українській національній кухні. Солодкі вироби можуть включати кабачки, гарбуз, буряк, моркву спаржу, солодку картоплю, цвітну капусту.

Визначення можливості використання капусти броколі, плодів ківі, пектину у технології збивного десерту і одержання оптимальних параметрів виробництва, а саме: розробка технологій солодких збивних десертів з використанням продуктів та напівфабрикатів з переробленої рослинної сировини дозволить одержати продукти підвищеної поживної цінності з регульованими структурно-механічними та органолептичними показниками якості.

За допомогою аналізу, останніх досліджень і публікацій, було з'ясовано, що за останні роки в нашій країні та за кордоном накопичено великий досвід щодо використання рослинної сировини, в тому числі нетрадиційної, як добавок у технологіях харчових продуктів, зокрема десертних виробів [2].

Для удосконалення технологічних рішень по створенню нових збитих десертів на основі рослинної сировини, за основу був узятий компонентний склад самбуку яблучного, що містить яблука, цукор, стабілізатор - желатин і яєчні білки, рецептура № 969 (Збірник технологічних карт під ред. Здобнова). Як згадувалося раніше, з метою збагачення самбуку поживними речовинами була проведена заміна яблук на броколі і ківі, що в попередніх дослідженнях показало надзвичайно вдале поєднання органолептичних властивостей цих інгредієнтів.

Крім того, відомо, що фрукти є джерелом фруктози, яка утворюється внаслідок гідролізу інуліну. Тому кількість цукру в рецептурній суміші рекомендовано зменшити, при цьому продукт матиме традиційний солодкий смак (табл. 1).

Таблиця 1 – Визначення рейтингу дослідних зразків

Показники	Коефіцієнт вагомості, бал	Значення досліджень зразків		Рейтингове значення зразків	
		Дослід	Контр	Дослід	Контр
Зовнішній вигляд	2	8	9	16	18
Колір	1	8	8	8	8
Смак	3	10	8	30	24
запах	2	10	9	20	18
Консистенція	2	8	9	16	18
Рейтинг страви	10	44	43	90	86

Використання зазначених продуктів, в якості основи для приготування самбуку розширює асортимент збитих десертів, збагачує продукт комплексом мікронутрієнтів.

Висновок. Виявилось, що такі зміни дозволили значно збільшити вміст поживних речовин у солодкій страві.

Література

1. Удосконалення технології десертів [Електронний ресурс] / А. Г. Шамшур, Н. М. Кравчук, В. В. Польовик // Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі : матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 135-річчю Національного університету харчових технологій, 19-20 березня 2019 р. – Київ : НУХТ, 2019. – С. 245.

2. А. с. № 96904 UA. Визначення рейтингу нових виробів (рекомендації до оцінювання нового харчового продукту) / І. Л. Корецька, О. В. Кузьмін, В. В. Польовик, Н. М. Кравчук, О. В. Неміріч // Авторське право і суміжні права. – 2020. – опубл. 26.03.2020, Бюл. № 58. –14 с.

10. ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ ДІЄТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Назар М.І., к.т.н.

Львівський фаховий коледж харчової і переробної промисловості НУХТ (ЛФКХПП НУХТ) м. Львів

Вступ. Особливості харчування у закладах ресторанного господарства вимагають постійного оновлення асортименту та вдосконалення існуючих традиційних продуктів харчування дієтичного призначення. Розумним вирішенням поставленого завдання є застосування у рецептурах хлібобулочних виробів харчових волокон, що нададуть виробам певних органолептичних, фізико-хімічних властивостей та фізіологічного ефекту, а саме виведення з організму важких металів, які є дуже шкідливі для здоров'я людини.

Актуальність теми. Одним з найважливіших фізіологічних ефектів харчових волокон є їх здатність зв'язувати і виводити з організму екологічно шкідливі речовини: важкі метали, радіонукліди та ін., оскільки їх тривалий вплив на організм людини може привести до розвитку раку, пошкодження органів, нервової системи, а в крайніх випадках, до смерті. Вплив деяких металів, таких як ртуть і свинець, також можуть бути наслідком розвитку аутоімунних захворювань, при яких імунна система людини атакує власні клітини. Це може привести до захворювання суглобів і хвороб, таких як ревматоїдний артрит, ниркова недостатність, захворювання кровоносної та нервової системи.

Особливу роль у механізмі зв'язування та виведення важких металів відіграють пектинові речовини які містяться у харчових волокнах. Механізм дії яких полягає у здатності низькоетерифікованих пектинів утворювати пектинати металів, а також у зниженні всмоктування молекул високотоксичних речовин у кишечнику за рахунок ефекту гель-фільтрації, що створюється високоетерифікованими пектинами [1].

Матеріали та методи. Харчові волокна гороху та картоплі складаються з полісахаридів (целюлози, геміцелюлоз, пектинових речовин), а також лігніну та зв'язаних з ними білкових речовин, які формують клітинні стінки рослин. Вони сприяють зменшенню калорійності раціону, знижують негативні наслідки надмірного споживання вуглеводів, допомагають регулювати моторну функцію кишечника, процеси всмоктування їжі, впливають на кишкову мікрофлору. Однак головна їх функція полягає в тому, що, проходячи по кишечковому тракту, вони адсорбують токсичні речовини, які утворюються як в процесі травлення, так і ті, що надійшли ззовні, в т.ч. радіонукліди, а також побічний холестерин.

Для дослідження використовували горохову клітковину «Emfibre EF 200» та картопляну клітковину «Paselli Fr». Результати досліджень загального вмісту харчових волокон свідчать, що вміст харчових волокон у ХВ гороху становить 61,6 % до маси сухих речовин, у ХВ картоплі – 77,1 % , що у 2,3...2,9 рази перевищує вміст харчових волокон у пшеничних висівках.

Це, в свою чергу, дає змогу зменшити відсоток дозування досліджуваної сировини для забезпечення фізіологічно виправданої концентрації харчових волокон у хлібобулочних виробах [2].

Результати та обговорення. Дослідження складу полісахаридного комплексу показали, що харчові волокна гороху та картоплі містять 31,1...54,6 % пектинових речовин, що дає можливість прогнозувати значний детоксикаційний ефект хліба з цими продуктами.

Для підтвердження цієї гіпотези нами були проведені дослідження з визначення комплексоутворювальної здатності житньо-пшеничного хліба з харчовими волокнами відносно свинцю та кадмію. Досліджувані харчові волокна вносили у хліб в кількості 5% замість пшеничного борошна I сорту. Дослідження сорбційної здатності хліба проводили методом трилонометричного титрування трилоном Б з індикатором хромоген чорний. Результати проведених досліджень наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 - Результати визначення сорбційної здатності хліба

Показник	Зразки хліба		
	Хліб без добавок (контроль)	Хліб з ХВ гороху	Хліб з ХВ картоплі
Сорбційна здатність, мг Pb ²⁺ /г	0,86	1,87	1,9
Сорбційна здатність, мг Cd ²⁺ /г	0,14	1,18	1,24

Із отриманих даних, встановлено, що за здатністю зв'язувати іони свинцю та кадмію досліджувані харчові волокна, як інгредієнти хлібобулочних виробів можна розташувати в такій послідовності: картоплі > гороху – відповідно вмістові пектинових речовин в продуктах. Високий вміст пектинових речовин у харчових волокнах картоплі і гороху підвищує сорбційну здатність хліба з цими продуктами порівняно з хлібом без добавок відносно свинцю – у 2,2 рази, відносно кадмію – у 8,4...8,9 рази [2].

Висновок. Отже, хлібобулочні вироби із використанням харчових волокон є надзвичайно корисними, мають функціональне та дієтичне спрямування, оскільки при споживанні даного хліба з організму виводяться токсини та важкі метали, що має позитивний вплив на здоров'я людини. Впровадження даних хлібобулочних виробів на сьогоднішній день є актуальним в закладах ресторанного господарства.

Література

1. Сильчук, Т.А. Дослідження впливу клітковини гороху на біохімічні процеси в тісті / Т.А. Сильчук, М.І.Назар, Т.С. Карпенко, В.Ф. Доценко // Наукові праці НУХТ // Том 21, № 2 (2015)-С 211-216.
2. Назар, М. І. Впровадження виробництва хліба оздоровчого призначення / М. І. Назар, Г. С. Михайлюк, Т. А. Сильчук // Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 12-13 травня 2016 р. – К. : НУХТ, 2016. – С. 37-38.

11. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НОВОЇ БЕЗГЛЮТЕНОВОЇ СИРОВИНИ В УМОВАХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Бендас Р.А., здобувач
Шаран Л.О., к.т.н.,
Шаран А.В., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Однією із аутоімунних хвороб сучасності від якої страждає понад 1% населення всієї земної кулі – целиакія. В Україні ця цифра коливається в межах 400 тис. осіб. Причина полягає у непереносимості організмом білка злакових – глютену. Діагностувати цю хворобу можливо на ранніх стадіях в дитинстві при переході від грудного вигодовування до глютенівмісних сумішей за наявності відповідних проявів організму. Нормальне існування людини можливо при дотриманні спеціалізованої дієти, яка виключає використання глютенівмісної сировини (пшеницю, спельту, жито, ячмінь, овес і гібриди цих зерен (камут і тритикале)). Дана проблема також не залишила осторонь представників ресторанного бізнесу.

Матеріали та методи. В роботі використані результати досліджень можливості застосування безглютеної сировини для виробництва борошняних страв для хворих на целиакію та обґрунтовано доцільність використання нового виду безглютенової сировини для розширення меню страв спеціального спрямування. Для оброблення, викладення та узагальнення отриманих даних використані методи системного аналізу.

Результати та обговорення. При дослідженні було встановлено, що вагомий внесок у розроблення технології безглютенових виробів було зроблено вітчизняними науковцями, зокрема В.І. Дробот, В.В. Дорохович, В.Ф. Доценко, А.М. Грищенко, Н.Л. Лобачова, О.М. Шаніна, І.М. Медвідь та ін. А саме досліджено технологічні особливості використання гречаного, рисового, кукурудзяного, лляного, соргового борошна та ін. у процесі виготовлення хліба високої якості [1,2]. Питання безпечності та якості безглютенових виробів в умовах міні-виробництв та закладів ресторанного господарства професор Доценко В.Ф. розглянув у колективній роботі [3,4].

Для розширення асортименту безглютенових борошняних виробів в умовах ресторанного господарства ми пропонуємо використовувати борошно з тефу. Оскільки, борошняні вироби користуються широким попитом у населення, не тільки у дітей, тому за допомогою аглютенової сировини можна корегувати харчовий раціон і стан здоров'я населення.

Псевдозерна культура походить з Ефіопії, США та Австралії. Друга назва злаку - абіссінське просо або мітлічка абіссінська. Виробляється борошно з тефу біле і червоне (коричневе), оскільки культивують два види сільськогосподарської культури.

Біле борошно характеризується ніжним смаком із легкою кислинкою; у

коричневого (червоного) — землистий присмак із насиченим відтінком шоколаду і горіха. Не залежно від сорту культури оброблення відбувається за єдиною технологією. Оскільки зерна культури маленькі і легкі, оболонка при виробництві борошна залишається і продукт вважається цільнозерновим.

В подальших дослідженнях використовували борошно з тефу виробництва Ms Tally, Україна. З метою обґрунтування ступеню збагачення борошняних виробів складовими борошна з тефу та технологічних аспектів його використання, досліджували хімічний склад і технологічні властивості цього борошна.

За контрольний зразок використовували пшеничне борошно вищого сорту, оскільки у технології виготовлення борошняних виробів дана сировина використовується як основний рецептурний інгредієнт.

Отримані дані хімічного складу показують, що досліджувана сировина порівняно з пшеничним борошном містить на 3,0 % більше білку, а жиру та вуглеводів, зокрема моно- і дисахаридів менше – на 1,1 % та 8,3% відповідно. Дослідження мінерального складу сировини вказує, що борошно з тефу порівняно з пшеничним має підвищену мінеральну цінність, окрім цього коричнева (червона) сировина порівняно з борошном із білої культури багатше на залізо у 4,5 рази та кальцію майже у 1,5 рази.

Досліджувана сировина має багатий вітамінний склад. Додавання його до пшеничного надасть можливість збагати суміш вітамінами: аскорбінова та фолієва кислоти, ніацин, токоферол, ретинол, вітамін К, холін, тіамін та рибофлавін. Калорійність борошна з тефу становить 355 ккал на 100 г.

Гранулометричний склад - визначали шляхом розсівання на підібраній системі сит із розміром комірок 0,27 – 2,00 мм наважки масою 100 г.

Встановлено, що досліджуване борошно має середній розмір ідентичний розміру частинок пшеничного борошна і це дозволяє використовувати добавку без попереднього подрібнення.

Висновок. Отже, на основі проведених досліджень можна зробити висновок про доцільність використання борошна з тефу з метою розширення асортименту безглютенових борошняних виробів в умовах закладів ресторанного господарства.

Література

1. Грищенко, А.М. Удосконалення технології хліба з безглютенової сировини : дис. ... канд. тех. наук : 05.18.01 // Національний університет харчових технологій. Київ, 2011. 222 с.

2. Дробот В.І., Грищенко А.М. Зміни показників якості безглютенового хліба при зберіганні. *Ukrainian Food Journal*. Київ. НУХТ, 2013. Vol.2, Is. 3. P. 347-353.

3. Медвідь І., Шидловська О., Доценко В., Федоренко Ю. Особливості виробництва безглютенового хліба. 83 Міжнар. наук. конф. молод. учен., асп. і студ. Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті. Київ, 2017. 263 с.

4. Медвідь, І.М. Удосконалення технології хліба спеціального дієтичного призначення: дис. ... доктор філософії (PhD): за спеціальністю 181 «Харчові технології» // Національний університет харчових технологій. Київ, 2020. 317 с.

12. РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ ВИРОБІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Лахно А. І., магістр,
Сильчук Т. А., д.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. За останнє десятиліття в усьому світі зріс попит на безглютенові вироби. Повністю виключають зі свого раціону глютен хворі на целиакію, глютену атаксію, люди в яких є чутливістю до глютену. Також є ті, які відмовляються від глютену за призначенням лікаря, щоб покращити стан здоров'я, задля схуднення, налагодження травлення, підвищення фізичної та розумової активності, покращення імунітету.

Актуальність теми. З метою виключення з харчування пшеничного борошна, необхідно замінювати його безглютеновими видами борошна, такими як кукурудзяне, гречане, рисове, вівсяне, з коричневого рису та ін. [1]. Впровадження таких хлібних виробів найбільш актуальним є в окремих цехах закладів ресторанного господарства.

Матеріали та методи. Борошно з коричневого рису є чудовою безглютеновою альтернативою пшеничному. Воно містить велику кількість Магнію, Кальцію, Селену, Заліза, Фосфору, вітамінів В6 і В1, фенольних кислот, фітостеринів і флавоноїдів. Використовували також насіння льону, яке багате вітамінами, мінеральними речовинами. Показники якості розроблених хлібних виробів оцінювали за допомогою органолептичних та фізико-хімічних методів аналізу.

Результати та обговорення. Так як борошно з коричневого рису не містить глютену, в його складі менше фолієвої кислоти, рибофлавіну, ніацину та заліза. Для збагачення таких виробів додатково в рецептуру хліба вносили насіння льону, яке містить у своєму складі клітковину, що покращує роботу шлунково-кишкового тракту, сприяє зниженню рівня холестерину в крові, містить високий вміст омега-3 жирних кислот для підтримки роботи серця і судин, крім того містить лігнани та інші фітоестрогени, що можуть допомогти зменшити ризик хронічних захворювань, наприклад, діабету. До того ж насіння льону покращує органолептичні показники хлібобулочних виробів [2]. Хліб з борошна коричневого рису мав приємний м'який смак з горіховим після смаком.

Висновок. Отже, хліб з борошна коричневого рису збагаченого лляним насінням є чудовим заміником пшеничного і житнього хліба, яке у своєму складі містить глютен. Цей вид безглютенового хліба містить вітаміни, мінеральні речовини та інші корисні нутрієнти, які так необхідні організму.

Література

1. Babu P., Subhasree R., Vidhyalakshmi R. Brown Rice-Beyond the Color Reviving a Lost Health Food - A Review. American-Eurasian Journal of Agronomy. 2017. - 67-72 с.
2. Живетін В.В. Насіння льону і його комплексне використання / В.В. Живетін, Л.Н. Гінзбург, О.М. Ольшанска – М.: Інформ-Знання, 2002. – 394 с.

13. ПЕРСПЕКТИВА ВИКОРИСТАННЯ ЯГІД АСАЇ В ТЕХНОЛОГІЇ СОЛОДКИХ СТРАВ, ДЕСЕРТІВ ТА КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Абрамова А.Г., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ, м. Київ)*

Вступ. Удосконалення рецептурного складу харчових продуктів, в т.ч. і для продуктів закладів ресторанного господарства, проводиться з метою поліпшення органолептичних та структурних показників, покращення біологічної та харчової цінності готових виробів. З метою вирішення вказаних задач, зазвичай в традиційний (базовий) рецептурний склад вносять нові сировинні інгредієнти або проводять повну/часткову заміну одного чи кількох складників.

Актуальність теми. Актуальним завданням сьогодення є розроблення нових видів харчових продуктів, або удосконалення вже існуючих, які матимуть статус «функціональний». Це пов'язано з тим, що у світі є велика чисельність осіб, які мають аліментарні порушення, що переважно зумовлені нестачею необхідних для життєдіяльності харчових речовин.

Матеріали та методи. Для досліджень були використаний метод системного аналізу та спосіб наукового пізнання, для обробки та узагальнення інформації.

Результати та обговорення. Останнім часом у світі високою популярністю почали користуватись ягоди асаї, як харчовий продукт з високою антиоксидантною дією та багатим нутрієнтним складом [1].

Ягоди асаї – це плоди пальми еверта, що поширена в Південній Америці, зокрема саме в Бразилії та регіоні Амазонії. Ягоди асаї характеризуються високою антиоксидантною активністю, та багатим нутрієнтним складом. Зокрема ягоди асаї на 100 г продукту містять: К – 118 мг, Са – 30 мг, Si – 12 мг, Mg – 15 мг, Na – 28 мг. Однак, вважається, що максимальну користь від асаї можна отримати споживаючи свіжі плоди, які зберігались до 3 діб. Оскільки логістична поставка товарів з Південної Америки до України та інших Європейських країн може займати більше часу, до доцільним є використання продуктів переробки асаї (порошки, екстракти, заморожена паста асаї, концентрати соку).

В технології продукції ресторанного господарства продукти переробки асаї доцільно використовувати в солодких стравах (пудинг, суфле, муси, самбуки), десертах, кондитерських виробках (торти, тістечка, капкейки, маффіни, тощо). Це дозволить збільшити їх харчову та біологічну цінність, а також розширить асортимент продуктів функціонального призначення.

Висновок. Нами планується провести комплекс досліджень по удосконаленню рецептурного складу солодких страв, десертів та кондитерських виробів, з метою визначення оптимального дозування продуктів переробки асаї. А також визначити вплив нового сировинного інгредієнта на органолептичні, реологічні та структурні показники готової продукції.

Література

1. USDA Database for the flavonoid content of selected foods. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ars.usda.gov/ARUserFiles/80400535/Data/Flav/Flav3.3.pdf>

14. ОСОБЛИВОСТІ ВИГОТОВЛЕННЯ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З НЕПЕРЕНОСИМІСТЮ ЛАКТОЗИ

Макарівська Д., здобувач

Пушка О.С., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій,
(НУХТ), м. Київ*

Сучасне здорове харчування – це не лише тренд здоров'я, а новий спосіб життя людей, який значно покращує його якість та тривалість. Відмова від лактози, що є молочним цукром, стає все більш популярним у всьому світі, оскільки ми щодня дізнаємося більше про себе, про своє тіло та про те, як певні продукти впливають на нього. Частково це пов'язано з численними дослідженнями впливу та непереносимості лактози. Багато людей саме через це відмовляються від споживання молока, що іноді призводить до погіршення якості життя. Наслідки споживання молочних продуктів можуть спостерігатися як у дітей, так і у людей дорослого віку.

Раніше молочні та кисломолочні продукти доводилося повністю виключати з раціону людей, які страждають непереносимістю лактози. Нині світові та українські виробники розробляють широкий асортимент молочної продукції, щоб задовольнити потреби усіх споживачів і зробити їжу корисною та смачною без обмежень. У той же час генетичні зміни дозволяють тим, хто їх успадкував, пити молоко без дискомфорту.

За допомогою аналізу літературних даних та лабораторних досліджень було обрано перспективну альтернативну сировину для виготовлення безлактозної кулінарної продукції.

Лактоза – дисахарид, що складається з галактози і глюкози, яка міститься в молоці та усіх молочних продуктах, тому відмова від лактози означає відмову від тваринного молока.

За засвоєння лактози в організмі відповідають спеціальні ферменти лактази, які з віком засвоюється все менше. В результаті дорослі гірше перетравлюють молоко й молочні продукти. Деякі люди можуть взагалі не мати цього ферменту, тому в них існує проблема непереносимості лактози, тобто алергія на цей продукт. Трапляється, що це розвивається з віком або є вродженою особливістю організму. Непереносимість лактози - це стан, при якому травлення супроводжується такими симптомами, як здуття живота, діарея та газы, після вживання продуктів або напоїв, що містять лактозу. Такі симптоми викликані мальабсорбцією лактози.

Альтернативною заміною тваринного молока в технології кулінарної продукції може бути рослинне. Найбільш поширеними його видами є:

- *мигдальне* — найпопулярніший вид безлактозного рослинного молока, має ніжний та вершковий смак, тому цілком може замінити коров'яче;

- *соєве* — популярне в країнах Азії, де з нього виготовляють сир тофу. Має м'який вершковий смак і багатий набір амінокислот. Через високий вміст білка підходить для харчування спортсменів;

- *вівсяне* — легке молоко із солодкуватим смаком. Містить білок глобулін, який є хорошим заміником тваринного білка;

- *рисове* — не містить глютену, тому вважається універсальним дієтичним продуктом;

- *кокосове* — єдине з усіх нелактозних продуктів, яке містить лауринову кислоту. У невеликих дозах ідеальне для зміцнення імунітету.

Оскільки людям, які страждають на непереносимість лактози не рекомендовано вживати коров'яче молоко, кефір, вершки, вершкове масло, йогурт, згущене молоко, які несуть загрозу організму, нами було вирішено замінити молоко коров'яче в технології млинців на молоко рослинного походження.

У якості дослідних зразків було приготовлено тістовий напівфабрикат для виготовлення млинців на основі: вівсяного, кокосового, рисового, соєвого та мигдального молока. За органолептичними показниками встановлено, що усі запропоновані варіанти цілком підходять для альтернативної заміни.

Рослинні заміники молока є джерелом клітковини, мінеральних речовин, вітамінів. До того ж, важко сказати, корисні чи шкідливі молочні продукти, оскільки їх вплив у кожному випадку занадто індивідуальний. Немає переконливих доказів того, що людям слід уникати лактози, яка має багато доведених переваг для здоров'я.

Підводячи підсумок, можна сказати, що проблема непереносимості лактози в даний час гостро підвищується, що, ймовірно, не в останню чергу залежить від сучасного екологічного стану зовнішнього середовища та способу життя і харчування людей, що призвело до масової тенденції виключення з харчового раціону молочних продуктів. Однак не багато людей несуть тягар діагностики непереносимості, обмежуючись лише слідуванням примхам.

Рослинне молоко не може повністю замінити тваринне, адже білок та кальцій із традиційного молока засвоюються організмом легше й ефективніше. Також певні види рослинного молока, як і тваринного можуть викликати алергію. Тому, варто враховувати особливості свого організму та слідувати не модним тенденціям, а потребам, що забезпечать здорове функціонування та гарне самопочуття.

Література

1. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0593-19#Text>
2. <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.genet.37.110801.143820>
3. <https://myhelix.com.ua/articles/category-nutrition/post-137-chi-var-to-kupuvati-produkti-bez-laktozi>
4. <https://bioukraine.com.ua/zdorove/bez-laktoznoe-moloko-polza-i-vred/>
5. <https://ideas-center.com.ua/?p=36419>
6. <https://www.metro.ua/Blogs/napoyi/Bez-laktozne-moloko-koryst-chy-shkoda>
7. <https://www.metro.ua/Blogs/napoyi/Bez-laktozne-moloko-koryst-chy-shkoda>
8. <https://gazette.com.ua/food-and-drinks/shcho-take-i-chim-korisne-bez-laktozne-moloko>
9. <https://rushnychok.org.ua/polezno-li-bez-laktoznoe-moloko/>
10. <https://health-ua.com/article/61498-bez-glyutenove-ta-bez-molochne-harchuvannya>

15. РОЗДІЛЕННЯ СИПКИХ ПРОДУКТІВ НА ФРАКЦІЇ

Гуць В.С., д.т.н.,

*Київський національний університет культури і мистецтв
(КНУКіМ), м. Київ*

Коваль О.А., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Для розділення сипких продуктів на фракції за розмірами частинок, використовують барабанні робочі органи, що обертаються навколо осі з невеликою швидкістю. Форма барабана може бути циліндричною, складною циліндрично-конічною та іншою. В середині барабана розташовують лопаті, грані, стрічки, інші пристрої для надання різним за розміром частинкам дисперсної фази суміші направлено руху по заданій траєкторії.

Актуальність теми направлена на вирішення проблеми раціонального використання барабанних робочих органів класифікаторів сипких дисперсних систем. В харчовій промисловості широко застосовують процес сортування сипких сумішей, що називають класифікацією або сепаруванням. Метою сортування є отримання фракції визначених розмірів або щільності; виділення з матеріалу домішок, що забруднюють сипкий матеріал у вигляді пилу, лушпиння, піску, металевих часточок тощо.

Матеріали та методи. Для удосконалення процесу розділення сипких сумішей, отримання кількісних взаємозв'язків між фізичними і геометричними величинами застосовано аналітичний метод опису процесу, що ґрунтується на виведенні диференціальних рівнянь математичної фізики, що дає змогу отримати зв'язки, які характеризують механізм процесу для конструювання устаткування.

Результати та обговорення. Для розділення сипких продуктів на фракції за розмірами частинок, використовують барабанні робочі органи, що обертаються навколо осі з невеликою швидкістю. Форма барабана може бути циліндричною, складною циліндрично-конічною та іншою. В середині барабана розташовують лопаті, грані, полиці, інші пристрої для надання різним за розміром частинкам дисперсної фази суміші направлено руху по заданій траєкторії.

Розділення сипких продуктів на фракції відбувається в наступній послідовності. Суміш, завантажена в барабан, починає обертатися разом з ним, полицями піднімається у верхню його частинну, де її складові під дією сили тяжіння відриваються і різні за розміром частинки падають по різних траєкторіях в нижню частину барабана в окремі заздалегідь приготовлені ємності.

Мета: дослідити і науково обґрунтувати траєкторії руху різних за розміром частинок суміші для раціонального використання барабанних робочих органів класифікаторів сипких дисперсних систем.

Для барабанів з радіальними полицями, враховуючи радіус і швидкість

обертання, запропоноване наступне рівняння для визначення висоти H підйому суміші: $H = 2,2r \cos(\varphi_1) + h_1 + \cos(\varphi_2)$, де $h_1 = f \sin(\varphi_1) + \frac{\omega^2 r}{g}$, h_1 - довжина полиці, f - коефіцієнт тертя ковзання; r - радіус барабана; φ_1 - кут відриву, φ_2 - кут відхилення полиці від радіуса, ω - кутова швидкість обертання барабану, g - прискорення вільного падіння, ut - кут початкового зміщення маси продукту, що залежить від кількості завантаженого продукту та діаметра барабана.

Рух матеріальної системи, коли барабан має радіальну полицю, запропоновано описувати диференціальним рівнянням:

$$m \left(\frac{\partial^2}{\partial t^2} x(t) \right) = mg \sin(\omega t + ut) - f_k mg \cos(\omega t + ut) - m\omega^2 r \quad (1)$$

Рівняння описує механізм руху продукту в барабані за умови, що коефіцієнт тертя ковзання не залежить від сили прилипання частинки до полиці барабана і є постійною величиною.

Дослідження рівняння (1) з використанням методів символічної комп'ютерної математики дали можливість визначити траєкторію падіння частинок перцю з діаметром помелу $2 \leq D \leq 5$ мм в барабані з радіальними полицями. В залежності від розмірів частинок і поверхневого тертя, траєкторія руху частинки може змінюватись, відрив від полиці відбуватись не обов'язково з її торця. На рис. 1. лініями показано можливі траєкторії руху різних за розмірами частинок помелу при відокремленні їх від полиці довжиною $L=0,2 r$ в різних місцях. Траєкторію руху більш крупних частинок перцю молотого показано суцільною лінією.

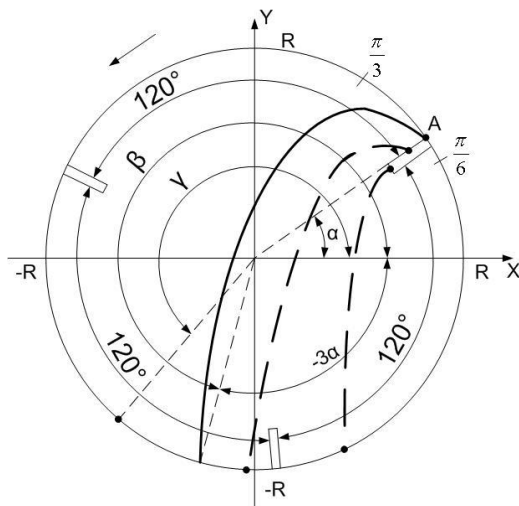


Рисунок 1 – Траєкторії руху різних за розміром частинок в барабані з полицями (Авторська розробка)

Висновки. Запропонована математична модель дозволять залежно від конструктивних особливостей барабана, що повільно обертається, і розмірів частинок дисперсної фази сипких сумішей якісно проводити розділення їх на фракції.

16. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ КАРАГЕНАНУ У СКЛАДІ СИРКОВИХ НАПІВФАБРИКАТІВ З ОЛІЯМИ ДЛЯ ДЕСЕРТІВ

Неміріч О.В., д.т.н.,

Устименко І.М., к.т.н.,

Дорошкевич Р.Ю., аспірант,

Оксентюк М.В., магістрант,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

На сьогоднішній час актуальним є створення нового асортименту десертів з підвищеною харчовою цінністю [1]. Тому, актуальною задачею є розроблення напівфабрикату, використання якого дозволяє інтенсифікувати технологічний процес, з вмістом повноцінного білка та підвищеним вмістом поліненасичених жирних кислот, для використання в технології десертів.

Як основу напівфабрикату пропонується використовувати сир кисломолочний знежирений як джерело повноцінного білка.

У якості збагачуючого поліненасиченими жирними кислотами жирового інгредієнта рекомендовано використовувати дрібнодисперсну харчову емульсію на основі купажованої олії, яка характеризується агрегативною стійкістю за рахунок використання у її складі емульгувального комплексу, що складається з казеїнату натрію та олеофільного емульгатора [2].

Для стабілізації структури напівфабрикату рекомендовано використовувати каппа-карагенан як стабілізатор рослинного походження [3].

Висновок. Використання харчової емульсії на основі купажованої олії, сиру кисломолочного знежиреного та каппа-карагенану у складі напівфабрикату дозволить отримати десерти з підвищеним вмістом поліненасичених жирних кислот, повноцінним білком та стабільними та технологічно зручними реологічними характеристиками.

Література

1. Поплавська, С. О. Десерти для оздоровчого харчування / С. О. Поплавська, С. Л. Колесніченко, Л. М. Тележенко // Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 12–13 трав. 2016 р. / Нац. ун-т харч. технологій. – Київ, 2016. – С. 21–23.

2. Устименко, І. М. Удосконалення технологій молокозмісних продуктів шляхом використання харчових емульсій : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.18.04 "Технологія м'ясних, молочних продуктів і продуктів з гідробіонтів" / Устименко Ігор Миколайович ; Нац. ун-т харч. технол. - Київ, 2019. – 24 с.

3. Сліпченко А.О., Штонда О.А. Застосування гідроколоїдів у харчових системах // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. – 2012. – №2-3. – С. 268–271.

17. ТЕОРІЯ ЗМІШУВАННЯ КОМПОНЕНТІВ ХАРЧОВИХ ПОРОШКОВИХ СУМІШЕЙ

Коваль О.А., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Гуць В.С., д.т.н.,

Київський національний університет культури і мистецтв (КНУКіМ), м. Київ

Вступ. Виробництво порошкових сумішей для багатофункціональних добавок і приправ передбачає отримання якісних однорідних дисперсних систем з різним співвідношенням компонентів.

Актуальність теми. У виробництві харчових продуктів отримати високої однорідності суміші на існуючому обладнанні складно. Тому виходять з цієї ситуації, використовують багаторазове пропускання спочатку неоднорідної суміші через змішувач до отримання необхідної за технологічним регламентом ступеня однорідності. Враховуючи потребу «високої кухні» в використанні якісних однорідних сумішей, виникає необхідність розробки нових способів і обладнання для якісного змішування компонентів з великою кількісною різницею вмісту різноманітних компонентів. При виборі найбільш якісного змішувального обладнання в першу чергу необхідно проводити всебічний аналіз характеристик порошкових матеріалів, що обробляються. Цей аналіз дозволяє отримати вичерпну інформацію про всі характеристики вихідного матеріалу, які необхідно враховувати у процесі обробки.

Матеріали і методи. Використано методи аналізу й синтезу, порівняння, системного підходу, математичного моделювання з використанням методів символної комп'ютерної математики.

Результати та обговорення. Для контролю якості багатокомпонентних харчових сумішей запропоновано методику моделювання ступеня однорідності дисперсних систем. Моделювання змішування може мати різні підходи. Основні з них наступні: емпіричний; аналіз структури потоку матеріалу за допомогою функції розподілу часу знаходження складових компонентів окремих часток суміші в середині апарата – його робочій зоні; механіки суцільних середовищ; ентропійний; інформаційно-статистичний; кореляційний; кібернетичний.

Про однорідність сумішей судять за критеріями. Практично всі вони емпіричні. При розробці математичних моделей процесів змішування, коли головним вихідним параметром є якість отриманої суміші, рекомендовано використовувати КС - ентропії.

У якості математичної моделі процес змішування бінарної композиції в змішувачі запропоновано наступні диференціальні рівняння

$$d(C_A - m_A)/dt = -k \cdot (C_A - m_A)^2 + k \cdot D_A; \quad (1)$$

$$d(C_B - m_B)/dt = -k(C_B - m_B)^2 + k \cdot D_B; \quad (2)$$

де k – коефіцієнт, який враховує здатність частинок суміші до об'єднання; C_A, C_B – відносні концентрації компонентів А і В за визначений час змішування; m_A, m_B – математичне очікування концентрацій компонентів А і В; D_A і D_B – дисперсії, які визначають якість процесу змішування.

Коефіцієнт k залежить від структурно-механічних властивостей, розмірів частинок, їх здатності до злипання, особливостей конструкції змішувача. Його можна вважати за константу швидкості змішування.

Оцінка стану суміші проводиться з деякої кількості проб n , взятих з різних місць з повторенням l разів.

Для вибірки з nl проб, які взяті в n довільно вибраних точках змішувача при l - паралельних пробах в кожній точці, рівняння напишемо у вигляді

$$d(C_{ij} - m)/dt = -k \cdot (C_{ij} - m)^2 + k \cdot D_{cij}, \quad (3)$$

$$i=1,2,\dots, n; \quad j=1,2,\dots,l$$

Використавши комп'ютерне програмування в системі „Maple”, для спрощення програмування приймаємо $(C_{ij}-m)=x$; $D_{cij}=D$, і отримаємо розв'язок рівняння (3) у загальному вигляді

$$sol_{11} := x(t) = \tanh \left(t k \sqrt{D} + \frac{C_{ij} - m}{k \sqrt{D}} \right) \sqrt{D} \quad (4)$$

Враховуючи, що на початку процесу змішування практично не відбувається, тоді, прийнявши початкові умови, коли

$$(C_{ij}-m)=x(0)=G,$$

де G – максимальна величина неоднорідності суміші. Знайдемо значення постійної інтегрування $\frac{C_{ij} - m}{k \sqrt{D}}$ і остаточно напишемо

$$sol_{11} := x(t) = \tanh \left(t k \sqrt{D} + \operatorname{arctanh} \left(\frac{G}{\sqrt{D}} \right) \right) \sqrt{D} \quad (5)$$

З останнього рівняння знайдемо дисперсію D , яка необхідна для характеристики однорідності сумішей харчових добавок.

Висновок. Отримані математичні моделі дозволять оптимізувати процес змішування бінарних композицій, підібрати конструкцію змішувача, отримати якісні однорідні суміші.

Література

1. Машины и аппараты пищевых производств. В 2 кн. Кн. 1: Учеб. Для вузов / Антипов С.Т., Кретов И.Т., Остриков и др.; Под ред. Акад. РАСХН В.А. Панфилова. – М.: Высшая шк., 2001. – 703 с.: ил. ISBN 5-06-004168-9
2. Машины и аппараты пищевых производств. В 2 кн. Кн. 2: Учеб. Для вузов / Антипов С.Т., Кретов И.Т., Остриков и др.; Под ред. Акад. РАСХН В.А. Панфилова. – М.: Высшая шк., 2001. – 680 с.: ил. ISBN 5-06-004169-7
3. Плаксин Ю. М. Процессы и аппараты пищевых производств. / Ю.М.Плаксин, Н. Н. Малахов, В. А.Ларин – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КолосС, 2007. – 760 с. ISBN 978-5-9532-0581-8
4. Стабников В.Н., Процессы и аппараты пищевых производств. / В.Н. Стабников, В.И. Баранцев – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва, "Агропромиздат", 1985. – 509 с. ISBN: 242943248338

18. ВИКОРИСТАННЯ СПЕЛЬТИ (*TRITICUM SPELTA L.*) ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ІНГРЕДІЄНТА РИБНИХ СТРАВ

Дітріх І.В., к.х.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Моніторинг стану харчування населення України вказує на постійний дефіцит білків, вітамінів, макро- та мікроелементів. Саме з таким дефіцитом харчування більшою мірою пов'язане суттєве зниження показників здоров'я людини.

Актуальність теми. Одним з найголовніших способів корекції харчового статусу та харчової поведінки людини є функціональне харчування при якому продукти мають бути збагачені інгредієнтами, що виконують в організмі певну функцію. У зв'язку з цим у сучасній індустрії харчування особливе зацікавлення викликають січені рибні маси, корегування складу яких шляхом введення нетрадиційної рослинної сировини дозволяє оптимізувати їх нутрієнтний склад.

Матеріали та методи. Розроблена рецептура страви «Котлети рибні з зерном спельти». В роботі використані загальнонаукові, органолептичні та розрахункові методи.

Результати та обговорення. Рецептурний склад страви «Котлети рибні з зерном спельти» містить такі інгредієнти, %: філе сібаса - 60-70; зерно спельти - 25-35, цибуля ріпчаста - 5 [1].

При виробництві котлет рибних використовується новий вид сировини зерно спельти (*Triticum spelta L.*), яке містить (на 100 г продукту), г: білки – 20-21; вуглеводи – 70,2 (у т.ч. харчові волокна -10,7); жири – 2,4. Зерно спельти – це джерело мінеральних речовин таких як калій, кальцій, фосфор, магній, залізо, цинк, а також вітамінів групи В, вітамінів Е і К. Суттєвою перевагою зерна цієї культури є незначна кількість вмісту глютену, що дає можливість вживати продукти зі спельти хворим на целіакію.

Органолептичні показники якості нової страви визначали за розробленою 5-бальною шкалою. Встановлено, що котлети рибні з зерном спельти мають правильну форму; білий колір фаршу з вкрапленнями частинок зерна спельти на розрізі; соковиту консистенцію; приємні гармонійні запах і смак.

Висновок. Таким чином, комбінування м'яса сібаса і зерна спельти може розглядатися як перспективний напрямок у розширенні асортименту рибних кулінарних виробів функціонального призначення для широкого кола споживачів індустрії харчування.

Література

1. Патент на корисну модель № 138947, МПК (2019.01) А23 L 17/00 Котлети рибні з зерном спельти / І.В. Дітріх, В.Р. Іскандарова; заявник – Національний університет харчових технологій.-№ u201906213 заяв. 04.06.2019; опубл. 10.12.2019, Бюл. № 23.

19. ТОПІНАМБУР - АЛЬТЕРНАТИВНА СИРОВИНА У СТРАВАХ ЗРГ

Захаров В.В., к.т.н.,

Селезньова Д.В., студ.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Вступ. Одним із сучасних трендів харчування людини є створення альтернативних рецептур «класичних» страв з метою поліпшення їх органолептичних, харчових та оздоровчих характеристик. Основним способом створення нової інноваційної рецептури страви є додавання або заміна нової сировини, яка є нетиповою для базової страви.

Актуальність теми. Топінамбур - продукт, який допомагає у підтримці здоров'я. Особливо цінується в топінамбурі те, що його коренеплоди багаті на природний аналог інсуліну - інулін. Топінамбур сприяє виведенню з організму людини токсинів, радіонуклідів, солей важких металів та надлишків холестерину. Такий антитоксичний ефект обумовлений спільним позитивним впливом на роботу організму людини інуліну та клітковини. Враховуючи позитивний вплив топінамбуру на організм людини, його застосування у «класичних» стравах ресторанного господарства є актуальною темою дослідження.

Матеріали та методи. Топінамбур був застосований як альтернативна сировини для страв закладів ресторанного господарства, а саме вінегрету. В «класичній» рецептурі вінегрету використовуються відварні овочі, а одним із компонентів є картопля. У інноваційній версії цієї страви овочі запечені, а замість картоплі - топінамбур. Для порівняльної оцінки «класичної» та інноваційної страв було використано органолептичний аналіз експертною комісією та порівняння вмісту нутрієнтів у обох стравах.

Результати та обговорення. Органолептичне оцінювання страв проводилося п'ятьма експертами за показниками загального зовнішнього вигляду, кольору, консистенції, запаху та смаку (Таблиця 1).

Таблиця 1 - Зібрані дані органолептичної оцінки по двом стравам

Показники	Зовнішній вигляд	Колір	Консистенція	Запах	Смак	Загальний результат
Вінегрет класичний	4,76	4,70	4,54	4,58	4,64	4,66
Вінегрет з топінамбуром	4,72	4,72	4,74	4,72	4,76	4,78

За результатами органолептичного аналізу колір, консистенції, запах і смак оцінені на дещо вищі бали у інноваційній страві із топінамбуром, а зовнішній вигляд – менше. Загальний результат органолептичної оцінки: вінегрет «Класичний» - 4,66; вінегрет з топінамбуром – 4,78.

За калорійністю, вмістом білків, жирів, вуглеводів та клітковини дві страви майже не відрізняються одна від одної (Таблиця 2). Їх значна відмінність полягає у

вітамінному і мінеральному складі. З використання топінамбуру у страві збільшилась кількість вітамінів: В₁, В₃, В₄, В₅, С та К. Зокрема, вітамінів В₁, В₄ та К - в два рази.

Таблиця 2 - Порівняльна характеристика класичної та інноваційної страв

Показник	Од. вим.	Вінегрет «Класичний»	Вінегрет з топінамбуром
Калорійність на 100 г продукції	ккал	110,5	108,7
Вміст білків	г	1,8	1,8
Вміст жирів	г	7,0	6,9
Вміст вуглеводів	г	10,0	9,8
Вміст клітковини	г	2,2	2,3
Вітаміни:			
А	мкг	105	105
В ₁	мг	0,05	0,09
В ₂	мг	0,04	0,04
В ₃	мг	0,63	0,71
В ₄	мг	7,41	13,74
В ₅	мг	1,85	2,24
В ₆	мг	0,24	0,2
В ₉	мкг	35,44	33,78
В ₁₂	мкг	17,82	16,12
С	мг	2,87	2,93
D	мкг	7,38	6,88
Е	мг	105	105
К	мкг	0,05	0,09
РР	мг	0,04	0,04
Мінеральні речовини:			
<i>макроелементи:</i>			
К	мг	306,66	313,99
Са	мг	22,21	23,87
Mg	мг	19,76	18,43
Na	мг	3029	2989
Р	мг	47,73	53,07
<i>мікроелементи:</i>			
Fe	мг	0,77	1,73
Mn	мг	0,18	0,15
Cu	мкг	25,01	71,63
Se	мкг	0,25	0,18
Zn	мг	0,27	0,21

На значний порядок збільшилась кількість двох мінеральних речовин, а саме Феруму (Fe) та Купруму (Cu). Весь інший вітамінний та мінеральний склад залишився практично незмінним або змінився на незначні значення.

Висновок. Згідно з наведеними розрахунками встановлено, що вітамінний склад та вміст мінеральних речовин дещо виріс у інноваційній рецептурі. Органолептичний аналіз встановив незначну перевагу страви з топінамбуром.

Необхідно зазначити, що використання топінамбуру впливає не тільки на вміст окремих нутрієнтів у страві, а й на вплив на організм людини. Дану сировину рекомендують для вживання людям, що хворіють на діабет. Також, дана сировина - дієтична, хоч і з доволі високим вмістом вуглеводів.

20. ДОСЛІДЖЕННЯ АНТИОКСИДАНТНОЇ ЗДАТНОСТІ НАСТОЇВ ІЗ КАВОЗАМІННИКІВ

Кузьмін О.В., д.т.н., проф.,
Польовик В.В., к.т.н.,
Березова Г.О., асистент,
Грушевська І.О.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. На сьогодні використання кави у кулінарії постійно розширюється: входить до складу різноманітних кондитерських виробів, десертів, алкогольних та безалкогольних коктейлів, сиропів для просочування (промочування) у кондитерському виробництві, настоїв, есенцій тощо.

Актуальність теми. Високий вміст кофеїну обмежує використання кави для людей, які мають протипоказання, що потребує використання замінників кави, які не містять кофеїну. Альтернативною сировиною для заміни кави (кавозамінники) є: смажені зерна злаків (ячмінь, пшениця, жито, овес); коріння (цикорій, кульбаба, буряк, топінамбур, батат, чуфа); насіння (каштан, дуб, бук, дерен, груша, баобаб, ріжкове дерево); плоди (глід). Використання цих кавозамінників у рецептурах готових страв закладів ресторанного господарства є актуальним питанням і дозволить покращити смакові властивості, знизити вміст кофеїну та зменшити собівартість готової продукції. Для ароматизації багатьох кондитерських виробів, що мають смак кави, використовують різноманітні есенції та настої. Спиртове екстрагування біологічно-активних речовин, що має рослина сировина, обумовлює антиоксидантні властивості.

Матеріали і методи. У дослідженнях використовували водно-спиртові настої (ВСН) смажених зерен злаків (овес, жито, ячмінь), коріння (цикорій), насіння (каштан, дуб) та ВСН натуральної кави (контроль). Антиоксидантну здатність ВСН визначали методом редоксметрії та рН-метрії.

Результати та обговорення. Дослідження проводили за об'ємної частки етилового спирту 40 % при температурі ВСН 20 °С. Отримано мінімальне теоретичне значення окисно-відновного потенціалу (ОВП) для ВСН, яке має значення від (Eh_{min}) 209 мВ (ВСН вівса) до 298 мВ (ВСН цикорію). Встановлено фактичне вимірне значення ОВП ВСН (Eh_{act}) – від 40,0 мВ (ВСН жита) до 98 мВ (ВСН жолудів). Водневий показник ВСН із кавозамінників має значення від 6,03 од. рН (ВСН цикорію) до 7,52 од. рН (ВСН вівса). ВСН із кавозамінників мають значення відновної здатності (енергія відновлення – RE) у діапазоні від RE – 143 мВ (ВСН вівса) до RE – 229 мВ (ВСН цикорію).

Висновки. ВСН із кавозамінників є перспективними напівфабрикатами у виробництві солодких десертів, кондитерських виробів, напоїв алкогольних та слабоалкогольних, коктейлів, що готують та реалізують заклади ресторанного господарства. Окрім розширення асортименту, збереження традиційного кавового смаку, можливо збільшення антиоксидантних властивостей, що уповільнюють негативні процеси в організмі людини.

21. ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ ТА ПОДАВАННЯ ХОЛОДНИХ ЗАКУСОК У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ворона Ю.В., студ.,

Корецька І.Л., к.т.н., доц.,

Захаров В.В., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Холодні страви і закуски знаходять все більш широке вжитку в харчуванні населення. Вони мають значне місце у меню закладів ресторанного господарства (ЗРГ) та у асортименті магазинів кулінарних виробів.

Частіше всього, холодні страви і закуски подаються на початку прийому їжі. Проте, вони можуть бути і основною стравою сніданку або вечері. Вони мають привабливий зовнішній вигляд, відпускаються невеликими порціями, часто додаються різноманітні спеції, приправа або соуси. За рахунок цього, вони можуть мати широкий та цікавий смак.

Актуальність теми. Холодні страви та закуски відіграють важливу роль у закладі ресторанного господарства, оскільки вони складають перше враження про кухню закладу. Роль холодних страв та закусок у харчуванні людини досить суттєва. Вони розраховані на збудження апетиту перед основними стравами і цим пояснюється важливість та традиційний порядок подачі їх до столу. Зважаючи на вище зазначене, дослідження особливостей приготування та подавання холодних страв і закусок у закладах ресторанного господарства є актуальним.

Результати та обговорення. Холодні закуски із сирих овочів є основним джерелом вітамінів групи В, вітаміну С та каротину. Багаті вони і на такі мінеральні речовини, в першу чергу на кальцій, фосфор, натрій та залізо. Широкий спектр ароматичних і смакових речовини та барвників, як містяться в овочах, збуджують апетит та урізноманітнюють харчування. Закуски з м'яса, сиру та яєць є багатими жири, білки та вуглеводи, а при певній технології приготування є дієтичними стравами. Наприклад, паштет з печінки, відварна птиця, м'ясо відварне з гарніром і т.д. [1-4].

Як холодні страви і закуски складають переш враження про кухню закладу, так і їх оформлення складає перше враження про них самих. Оформлення страв має важливе значення, оскільки сприяє збудженню апетиту та впливає на попит. Поєднання привабливо оформленої страви, гарного посуду та зі смаком сервірованого столу приносить гостю естетичну насолоду, впливає на його настрій та бажання ще повернутися до закладу. Тому, велике значення в оформленні страв має правильне поєднання продуктів за смаком, кольором, формою нарізки, відповідність посуду до страви, за його формою і розміром [1-4].

Важливо дотримуватися основних принципів оформлення страв: доцільність; простота і виразність; додержання кольорової гами; оформлення не повинно бути трудомістким [5].

Важливим є і принципи різноманітного поєднання кольорів: поєднання за смаком і кольором з основним продуктом; близькі за тональністю кольори (наприклад, червоний та рожевий, зелений та блакитно-зелений); контрастні кольори (наприклад, жовтий і фіолетовий, червоний і зелений, синій та оранжевий) розташовані поруч, здаватимуться яскравішим; теплі кольори (наприклад, червоний, оранжевий, коричневий); холодні кольори (наприклад, синій, фіолетовий); нейтральні кольори (наприклад, жовтий та зелений) [5].

У ЗРГ холодні закуски готують найчастіше в процесі виконання замовлення відвідувачів або заготовляють невеликими порціями. Традиційно, температура їх подачі не повинна перевищувати 14°C. Деякі закуски (масло вершкове, натуральні овочі, зернисту ікру) подають охолодженими або з харчовим льодом [5].

Встановлено певна черговість при подачі холодних страв і закусок [3-5]:

- 1) рибна гастрономія (ікра, малосольна риба, шпроти, сардини);
- 2) рибні страви власного виробництва (риба відварна, заливна, під маринадом та ін.);
- 3) натуральні овочі;
- 4) м'ясна гастрономія, м'ясні страви власного виробництва;
- 5) овочеві, яєчні й молочні страви і закуски.

Висновок. Холодні страви і закуски відіграють роль презентації кухні ЗРГ. Вони використовують широкий спектр сировини для приготування, що дозволяє запропонувати холодну страву або закуску на будь-який смак, ціну та вподобання гостя. Холодні страви та закуски, незалежно від свого призначення, мають бути красиво оформлені, однак не потрібно занадто багато приділяти уваги декоративними елементами. З кожним роком в оформленні страв з'являються нові тенденції. Так, необов'язковим стало правило оформляти страву лише продуктами, які входять до її складу. Навпаки, сучасне оформлення дозволяє використовувати екзотичні фрукти і овочі, надаючи їм нових форм: квіточок, різних фігурок, кошики з цитрусових тощо.

Література

1. Архипов В. В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навч. посіб. / В. В. Архипов, Т. В. Іванникова, А. В. Архіпова. - 2-ге вид. - К. : Фірма Інкос; Центр навч. літ., 2008. - 384 с.
2. С.В. Іванов. Технологія продукції в закладах ресторанного господарства: Підруч. / С.В. Іванов, В.А. Домарецький, В.Ф. Доценко та ін. // За ред. С.В. Іванова. - К.: НУХТ, 2013.– 430 с.
3. Салавеліс А.Д., Тележенко Л.М., Колесніченко С.Л. Технологія продукції ресторанного господарства. Навчальний посібник. - Одеса : Освіта України, 2015. - С. 366.
4. Ефимов А. Рыба и морепродукты / А. Ефимов, В. Ковалёв, Т. Шарова. - М.: Изд. дом «Ресторанные ведомости», 2004. - 245 с.
5. Л.М. Крайнюк. Технологія продукції закладів ресторанного господарства: навч. посібник / Л.М. Крайнюк, О.А. Гринченко, М.Б. Колеснікова та ін. - Харків: ХДУХТ, 2012. - 320 с.

22. ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОТЕРТИХ СУПІВ

Мусієнко О.С., студ.,

Польовик В.В., к.т.н.,

Захаров В.В., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Протертий суп на сьогодні один з найбільш модних і привабливих варіантів харчування для людей, які не тільки стежать за кулінарними тенденціями світу, але і за своїм здоров'ям. Супи можна варіювати на основі інгредієнтів або супової основи. Використання у супах корисних інгредієнтів, таких як різноманітні овочі та нежирне м'ясо, збільшує оздоровчі та дієтичні властивості цих страв. Також наявність високого вмісту води в супах допомагає зменшити їх калорійність та підтримувати необхідний рівень споживання води.

Актуальність теми. Підвищена біологічна цінність протертих супів, їх багатий вітамінний та мікроелементний склад забезпечує широкі дієтичні та лікувальні властивості протертих супів. Враховуючи їх популярність та високу харчову цінність, вивчення їх особливостей приготування та характеристик є актуальною темою досліджень.

Результати та обговорення. Протерті супи – це страви з відварених чи пасерованих овочів, крупів, бобових, м'ясних чи рибних продуктів, подрібнених до однорідної маси без грудочок. Такі суп повинні мати консистенцію густих вершків. Процес приготування супів-пюре може бути тривалим але при високому рівні механізації праці із залучення спеціального обладнання час приготування значно зменшується та забезпечується однорідна консистенція та необхідна дисперсність готової страви.

Значною перевагою супів-пюре є поєднання білків, жирів і вуглеводів, у готовій страві, наближеному до ідеального. Через мінімальну кількість жирів, перетирання продуктів та їх технологічної обробки, протерті супи ефективно перетравлюються шлунково-кишковим трактом. Наслідком цього є швидке засвоєння вітамінів та мінералів з інгредієнтів та швидке і своєчасне виведення з організму продуктів перетравлення їжі. З цієї причини протерті супи незамінні в меню у реабілітаційні періоди, в дієтичному раціоні, як для лікування, так і для підтримки здоров'я.

Одними з головних складових супу-пюре є овочі, зелень і натуральні крупи, що робить такі супи багатими на харчові волокна. Вони покращують роботу шлунку та нормалізують метаболізму. Також, харчові волокна є важливим елементом питань зниження ваги – оптимальне вживання клітковини є основою боротьби проти зайвих жирових відкладень.

Висновок. Протерті супи мають однорідну консистенцію, чинять позитивний вплив на функціонування шлунково-кишкового тракту та є досить збалансованими у своїй харчовій цінності. Тому, їх широко використовують у дитячому, дієтичному та лікувальному харчуванні і у різноманітних ЗРГ.

23. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУПІВ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Крикунова А.В., студ.,
Павлюченко О.С., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Непереносимість лактози, вегетаріанство та дотримання постів у сучасному світі сприяють тому, що споживачі ресторанної продукції все частіше віддають перевагу продукції рослинного походження.

Актуальність теми. Нині серед рестораторів актуальним залишається питання пошуку нових видів сировини рослинного походження та її гармонійного поєднання у технології високоякісної кулінарної продукції, здатної задовольнити потреби харчування різних категорій споживачів.

Матеріали та методи. В дослідженнях було використано класичну рецептуру суп-пюре гарбузового, яка передбачує відварювання овочів, протирання їх та заправлення молоком. В інноваційному варіанті овочі запікали способом «Папільйот» при температурі 180 °С протягом 30 хв. Запечені овочі подрібнювали у блендері, для отримання необхідної консистенції, поліпшення смаку як альтернативу молоку додавали вівсяний напій та проварювали. Якість дослідних зразків супів-пюре визначали дегустаційним способом, використовуючи стандартні методики.

Результати та обговорення. Вівсяний напій є перспективною альтернативою у технології значної кількості кулінарної та кондитерської продукції. Його готують шляхом екстрагування у воді подрібнених зерен вівса, подальшого відстоювання і проціджування. Готовий вівсяний напій біло-кремового кольору, має солодкуватий смак, схожу з молоком консистенцію.

Вівсяний аналог молока містить: клітковину, кальцій, фосфор, магній, залізо, вітаміни Е, Н, а особливо – групи В. Енергетична цінність на 100 г напою складає близько 43...46 ккал та містить: 0,3...0,5 г білка, 1,3...1,8 г жирів і 7...12 г вуглеводів.

Провівши дегустаційну оцінку супу-пюре гарбузового класичного та з додаванням вівсяного напою, дійшли висновку що за органолептичними показниками супи-пюре майже не відрізняються. Суп-пюре гарбузовий з вівсяним напоєм має більш яскравий, світло-помаранчевий колір, ніжну однорідну консистенцію, смак та запах властивий сировинним компонентам.

Харчова та енергетична цінність інноваційного супу на 100г становить: білків – 1,4 ; жирів – 3,5; вуглеводів – 4,8 грамів та 52 ккал (218 кДж).

Висновок. Використання вівсяного напою та запікання овочів способом «Папільйот» у технології супу-пюре гарбузового дозволяє отримати низькокалорійний продукт з високими смаковими властивостями.

Удосконалений суп-пюре гарбузовий не містить лактози, казеїну, холестерину. І тому його можна вживати людям з непереносимістю лактози, тим хто практикує вегетаріанство та дотримується відповідних дієт.

24. ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Матіяшук О.В., викладач
Михайленко В.М., здобувач
Кривчик М.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Період 2020-2022рр. вніс свої корективи в розвиток закладів ресторанного господарства (ЗРГ). Багато ЗРГ не витримало випробувань та припинили свою діяльність, ще більше ЗРГ змінили формат діяльності та стали більш успішнішими чім до 2020р. Тепер в розвиток бізнесу вносить свої корективи воєнний стан, в якому живе країна починаючи з 24 лютого 2022 р. Але бізнес не стоїть на місці, не зупиняють надавати послуги ЗРГ, зокрема деякі з них працюють на волонтерських засадах, а більшість ЗРГ відчиняють свої двері для надання послуг в повному форматі. Тому визначимо популярні тенденції розвитку ЗРГ в сучасних умовах.

Актуальність теми. Як зазначено вище, для того щоб повернути потенційних споживачів та набути нових, потрібно розвивати нові формати діяльності ЗРГ. Основними рішеннями, щодо ведення успішного бізнесу HoReCa є: цифрова трансформація та мультимедійність; доставка їжі на виніс; Finger Food; формат Grab and Go та Fast Casual; моно сировина/страви; поєднання рітейлу та кафе, або ресторану; використання локальної сировини; нові види олії; дієта року флекситаріанство; орієнтація на глобальну кухню та гастрономічний експірієнс; сировина «Без».

Результати та обговорення. Зараз особливої популярності набув формат діяльності ЗРГ «Grab and Go» та «Fast Casual». Що це за формат? «Grab and Go» – заклад невеликої площі, передбачає страви та напої з собою. Fast casual концепції бере свій початок в Америці. Перша згадка про такий вид ресторанів була ще 1981 року. Однак на той час великою популярністю користувався фастфуд, тому гості не змогли оцінити новий формат, і популярність він набрав тільки останнім часом.

Зараз більшість людей у США, а й у світі воліють вести здоровий спосіб життя, що відбивається якості харчування. Звідси зростаючий попит на фасткежуал-ресторани. Ще деякі ресторатори називають fast casual ресторани фуд-холи для тих, хто любить здорову їжу. Що характерно, відсутні офіціанти, найчастіше працюють лише басбої, а замовлення приймається біля стійки. Як приклад Фуд-маркет в Києві та Ринок їжі в Одесі. Відмінність Fast Casual від Fast Food полягає в стильному інтер'єрі, використанні багаторазового посуду, різноманітному меню, заклад працює на сировині (термічний стан – охолоджений).

Висновок. Ринок ресторанних послуг в Україні має величезний потенціал і перспективи розвитку ЗРГ, незважаючи на економічну і політичну ситуацію в країні. Перейняття зарубіжного досвіду, в свою чергу, сприятиме становленню високорозвиненого ресторанного бізнесу, що буде об'єднувати в собі як міжнародні, так і національні риси діяльності.

25. АНАЛІЗ ЦУКРОЗАМІННИКІВ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА СОЛОДКИХ СТРАВ

Польовик В.В., к.т.н.,
Березова Г.О., асистент,
Ушкало М.М., здобувач,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. На сьогодні існує численна кількість десертів, які мають неперевершений смак та вигляд, і які не залишають жодного споживача байдужим. Але все більше стає популярним здорове харчування та використання продуктів зниженої калорійності, тому перед кондитерами постає складне завдання удосконалити свої рецептури та замінити калорійні продукти на більш легкі, для того, щоб втримати свого споживача.

Актуальність теми. Солодкі страви є великою групою висококалорійних харчових продуктів, які користуються великим попитом. Основний недолік таких виробів полягає в тому, що фізіологічна цінність цих продуктів невелика. Основним компонентом, що зумовлює калорійність солодких страв вважається цукор. Він є високоефективним джерелом енергії для організму людини. В 100 грамах цукру міститься майже 400 ккал. Надмірне вживання цукру призводить до ожиріння, підвищеного рівня глюкози, цукрового діабету. У зв'язку з цим, харчова промисловість веде пошук нових цукрозамінників.

Результати та обговорення. Було проведено пошук замінників цукру: стевіозид (натуральний цукрозамінник) та штучні – еритрит і сукралоза.

Стевіозид – у 200 разів солодший за цукор, не має негативного впливу на глікемічний індекс, та майже не має калорій.

Еритрол (еритрит) – багатоатомний спирт, який має помірний ступінь солодкості, відіграє важливу роль у наданні стравам текстури та об'єму. Глікемічний індекс у еритриту досить низький, що дозволяє вживати його людям з цукровим діабетом. Еритрит, бажано використовувати у співвідношенні 1: 1,25. Наприклад, якщо для рецепту необхідно 100 грам цукру, тоді потрібно взяти 125 грам еритриту.

Сукралоза – виробляється безпосередньо з цукру. В основі сукралози лежить – сахароза та молекули хлору. Даний цукрозамінник рекомендує ВООЗ.

Висновок. У наш час існує безліч безпечних, та навіть, корисних цукрозамінників, які не впливають на рівень глюкози в організмі людини і несуть у собі низку корисних властивостей та доступні для споживання людям хворим на цукровий діабет. Кондитери часто розширюють асортимент солодких страв, які за своєю енергетичною цінністю не тільки не поступаються стравам в приготуванні яких використовується цукор, а навіть навпаки мають високий вміст мікро- та макроелементів. При використанні цукрозамінників властивості страв майже не змінюються, але вміст калорій зменшується в рази, що є великим плюсом в наш час, коли половина населення світу намагається дотримуватися здорового харчування.

26. ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ У ПІСОЧНОМУ ПЕЧИВІ

Безрукава А.С., здобувач,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Одним з найважливіших шляхів удосконалення борошняних кондитерських виробів є зниження їхньої калорійності та підвищення біологічної цінності. Таким чином, виникає необхідність розробки та створення новітніх технологій печива з заданими властивостями, які б мали підвищену харчову цінність та володіли лікувально-профілактичними властивостями.

Актуальність теми. Солодощі становлять значну частину харчування людини, завдяки відмінним смаковим якостям. Їх значення у раціоні обумовлено високою калорійністю, однак біологічна цінність обмежена, тому до перспективних напрямків збагачення виробів необхідними нутрієнтами є додавання у їх технології сировину рослинного походження.

Матеріали та методи. Для реалізації даної задачі, було запропоновано використання порошку топінамбура для приготування пісочного печива.

Результати та обговорення. Для удосконалення технології борошняних кондитерських виробів використовують низку нетрадиційних видів рослинної сировини. Це пояснюється наступними причинами: доступності та нескладності в отриманні сировини, що економічно доцільно; ефективність сировини, за рахунок великої кількості клітковини, пектину та біологічно активних речовин; відсутність у більшості споживачів непереносимості та протипоказань алергічного характеру. Отже, підвищення якості борошняних кондитерських виробів можна вирішити кількома способами. Одним із них є введення інгредієнтів, які не тільки сприяють економічному використанню продуктів, а й підвищують біологічну цінність продуктів, що мають оздоровчий вплив на організм людини.

Для розширення та покращення асортименту пісочного печива пропонується використання топінамбуру, який сприяє покращенню смакових і технологічних властивостей, а також позитивно впливає на здоров'я людини. Топінамбур містить полісахариди (пектинові речовини, целюлозу, інουλін, фенольні сполуки, макро- (Fe, P) та мікроелементи. За вмістом вітамінів В₁, В₂ топінамбур перевищує картоплю, моркву та буряк більш ніж в 3 рази. Також топінамбур багатий такими мінералами, як: кремнієм – 26,7 %, що відіграє важливу роль як структурний компонент сполучної частини.

Висновки. Обґрунтовано використання порошку топінамбура у технології борошняних кондитерських виробів з метою підвищення харчової цінності, зниження їх калорійності та розширення асортименту кондитерської продукції. Враховуючи вище сказане можна говорити про перспективність використання топінамбура задля покращення хімічного складу кондитерських виробів, зокрема, пісочного печива.

27. ВИКОРИСТАННЯ ПЛОДІВ БУЗИНИ ЧОРНОЇ У ВИРОБНИЦТВІ СОЛОДКИХ СТРАВ

Силенко П. О., студ.
Кирпіченкова О. М., к. т. н.
Стахурська Л. В., асист.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Одним із сучасних напрямків розвитку ресторанної галузі є розробка страв з підвищеною харчовою цінністю, надання оздоровчих або функціональних властивостей існуючим стравам, і, таким чином, розширення асортименту корисних страв і підвищення конкурентоспроможності закладу.

Актуальність теми. Наші дослідження присвячені переробці сухих плодів бузини чорної для подальшого використання у технологіях ресторанної продукції, зокрема солодких страв та десертів, що користуються стабільним попитом у населення. В Україні ця ягода не дуже популярна, проте її корисні властивості цінують в інших європейських країнах та Північній Америці, тому вирощені плоди в основному направляють на експорт. Сухі плоди бузини складно переробляти, тож розроблення нових технологій створить умови для більш широкого їх використання.

Матеріали і методи. Використовувались органолептичні, аналітичні, фізико–хімічні методи, виконані з використанням сучасних приладів та інформаційних технологій.

Результати та обговорення. Для внесення у солодкі страви сухі плоди бузини доцільно переробляти на пюре. Для цього плоди замочували водою у співвідношенні 1:1,5 та витримували 15 хвилин, потім нагрівали до кипіння та додавали 1% лимонної кислоти та проварювали 15-20 хвилин. При цьому шкірочка плодів частково розм'якшувалася за рахунок переходу протопектину в пектин під впливом кислоти. Суміш охолоджували, блендерували 2-3 хвилини і протирали крізь сито з отворами 1 мм. Пюре бузинове містить пектини, органічні кислоти, поліфеноли, вітаміни: В₁, В₂, РР, В₅, В₆, В₉, мінерали: кальцій, калій, залізо, магній, цинк, мідь та селен. Отримане пюре використовували в технології мусу яблучного, самбуку яблучного, бабки яблучної у кількості 5-10 % замість яблук. Дане дозування пюре дає можливість отримати страви відповідної якості. Більше дозування надає стравам специфічного смаку та темного забарвлення.

Висновки. Визначено параметри технологічного процесу отримання пюре з сухих плодів бузини чорної, розроблено рецептури страв з оригінальними органолептичними показниками та оздоровчими властивостями.

Література

1. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів, правових, нормативно-правових та інших актів для закладів ресторанного господарства. – 3-тє вид., переробл. Та доповн. / Автор-розробник і укладач О.В. Шалимінов. – К. Арій, 2016. – 992 с.

28. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ

Матюшенко Р.В. ст. викладач

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Правильне харчування є необхідною складовою здорового та довгого життя. Здорове харчування, тобто здорова дієта (здорова дієта, англ. *healthy diet*) — це харчування, яке забезпечує ріст, нормальний розвиток і життєдіяльність людини, що сприяє зміцненню її здоров'я та профілактиці захворювань. 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.

За даними ВООЗ, наше здоров'я на 70% залежить від харчування. Недотримання базових правил скорочує тривалість життя та провокує появу неінфекційних захворювань різного типу: онкологічних, серцево-судинних, діабету. Цей факт підтверджує дослідження, яке проводили з 1990 по 2019 рік у 195 країнах. Його результати показали, що кожна 5 смерть у світі спричинена споживанням нездорової їжі та недостатньої кількості корисних речовин. Основи збалансованого харчування стосуються вибору продуктів, приготування страв та особливостей споживання їжі. Склад ідеального раціону людини залежить від роду діяльності, способу життя і місця проживання, проте існують універсальні поради, що розробляються закладами охорони здоров'я та відповідними організаціями, це:

- *слідкувати за калорійністю продуктів і масою тіла* (Державний науково-дослідний центр профілактичної медицини рекомендує зниження надмірної ваги при показнику Індексу маси тіла більше, ніж 27 кг/м.);

- *обмежувати отримання енергії з жирів* (насичені жири, такі як тваринні, тверді рослинні жири - повинні складати 1/3 споживаних жирів, решта 2/3 жирів повинні бути м'якими, рідкими жирами. *збільшувати частку фруктів, овочів, цільних зерен, бобів і горіхів* в щоденному раціоні. Саме з цієї їжі людина отримує 50-60 % всієї енергії.

- *обмежувати вживання простих вуглеводів* (цукру, меду, солодких газованих напоїв) - не більше 30-40 г на добу.

- *забезпечити організм вітамінами*, в тому числі антиоксидантами; *пити достатньо рідини з низькою калорійністю*;

- *вживати їжу тільки тоді, коли людина голодна, спокійна і розслаблена.*

Для дорослих рекомендується три режими здорового харчування:

- *ранкове харчове навантаження* – в цьому випадку 50% раціону і по 25% на обід і вечерю;

- *рівномірне харчове навантаження протягом дня* — по 33% на сніданок, обід і вечерю;

- *переважно вечірнє харчове навантаження* — 50% всього добового раціону і по 25% на сніданок і обід (але не пізніше 18–19 години).

Несхильним до повноти, найкращим є третій варіант, для всіх інших-перший. Тривалість споживання страв у здоровому харчуванні : сніданок,

вечеря – 20-30 хвилин; обід 40-50хв; другий сніданок , полудень – 15-20 хв.

Правильне харчування, це гармонійне споживання продуктів, які містять усі поживні речовини, необхідні для підтримання здоров'я, це білок, вуглеводи, жири, вода, вітаміни та макро- і мікроелементи. Достатня кількість кожного з елементів забезпечує належне функціонування усіх систем органів та збереження їх в здоровому стані.

Білки - головний пластичний матеріал для росту і розвитку організму. Білки є структурними елементами всіх тканин, входять до складу рідкого середовища організму. З них тіло виробляє еритроцити крові, гемоглобін, ферменти і гормони.. В раціоні присутні як тваринні білки так і рослинні Згідно з фізіологічними нормами, частина тваринних білків повинна складати 55% від загальної кількості білків.

Жири несуть відповідальність за накопичення енергії, збереження тепла, захист від травм, обмін та створення потрібних гормонів, вітамінів та інших біоактивних речовин. Найкращим варіантом при здоровому харчуванні є ненасичені жири, зокрема оливкова олія, яка зміцнює стінки артерій. Дієтологи рекомендують використовувати в харчуванні сало, яке є не менш корисним за оливкову олію.

Вуглеводи є основним джерелом енергії. Вони легко засвоюються організмом і , забезпечують енергією життєво важливі органи. З ростом інтенсивності праці зростає і потреба у вуглеводах. Середня норма вуглеводів в добовому раціоні становить до 300 г для людей, які не займаються спортом. Рекомендується, щоб 64% вуглеводів надходили в організм у вигляді крохмалю (хліб, крупи, макаронні вироби), а 36% — у вигляді простих цукрів (сахароза, фруктоза, мед, пектинові речовини та інше.)

Вітаміни, це незамінні складові раціону, які беруть участь у всіх біопроесах організму. Якщо в організм надходить мало вітамінів, це сприятиме порушенню обмінних процесів. Джерела вітамінів — це, овочі й фрукти, вони містять мало калорій і багато антиоксидантів. Дієтологи пропонують готувати ці страви кілька раз в тижні.

Вживання рідини в достатній кількості є однією з обов'язкових умов для забезпечення належної фізичної та розумової активності людини. Вода, кава та чай мають бути основним джерелом рідини. Обмежити слід вживання калорійних напоїв, зокрема солодких газованих, соків та соковмісних напоїв.

Висновок. Здорове харчування захищає людину від безлічі хвороб, зміцнює імунітет. До хвороботворних факторів, підтримує на сталому рівні масу тіла. Це спосіб життя, який збереже здоров'я і продовжить роки активності. Іншими словами, дозволяє зміцнювати і примножувати здоров'я.

Література

1. Зубар Н.М., Руль Ю.В., Фізіологія харчування: практикум//Н.М. Зубар, Ю.В. Руль. – К. Центр навчальної літератури, 2017.- 208с.
2. Тележенко Л.М., Дзюба Н.А., Кашкано М.А. Здорове харчування: практичні рекомендації: монографія, Харків, Еспада, 2014. – 192с.

29. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ КОНОПЛЯНОЇ СИРОВИНИ У СКЛАДІ НАПІВФАБРИКАТУ ДЛЯ СОУСІВ ЕМУЛЬСІЙНОГО ТИПУ

Устименко І.М., к.т.н.

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

На сьогоднішній день спостерігається дефіцит поліненасичених жирних кислот на тлі надмірного споживання жирів тваринного походження та біологічно-активних речовин у раціоні населення країн [1].

У той же час, використання нетрадиційної рослинної сировини у складі напівфабрикатів для інтенсифікації технологічного процесу соусів емульсійного типу як додаткового джерела поліненасичених жирних кислот та біологічно-активних речовин є актуальним завданням.

У якості жирової основи напівфабрикату пропонується використовувати харчову емульсію [2]. Харчова емульсія містить у своєму складі купажовану олію та характеризується агрегативною стійкістю.

Як нетрадиційну рослинну сировину рекомендовано використовувати насіння промислових (ненаркотичних) конопель у пастоподібному вигляді як джерело вітамінів А, D, Е, натрію, кальцію та фітонутрієнтів [3].

Каппа-карагенан як стабілізатор рослинного походження дасть змогу стабілізувати дану харчову систему.

Висновок. Використання дрібнодисперсної харчової емульсії на основі збалансованої за жирнокислотним складом купажованої олії, насіння конопель та каппа-карагенану у складі напівфабрикату дозволить отримати соуси емульсійного типу з підвищеним вмістом поліненасичених жирних кислот, біологічно-активних речовин та покращеними фізико-хімічними показниками якості.

Література

1. Сімахіна, Г.О. Наукове обґрунтування вибору нутрієнтів, адекватних потребам людини / Г.О. Сімахіна, Н.О. Стеценко, Р.Ю. Науменко // Proceedings of XXXVII International scientific conference «Scientific look at the present». – Morrisville: Lulu Press., 2018. – Р. 9-12.

2. Устименко, І. М. Наукове обґрунтування складу емульсій, призначених для нормалізації молоковісних продуктів [Електронний ресурс] / І. М. Устименко, Н. М. Бреус, Г. Є. Поліщук // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2016. – Т. 22, № 5. – С. 183–188.

3. Farinon, B., Molinari, R., Costantini, L., Merendino, N. The seed of industrial hemp (*Cannabis sativa* L.): Nutritional Quality and Potential Functionality for Human Health and Nutrition / B. Farinon, R. Molinari, L. Costantini, N. Merendino // Nutrients. – 2020. – № 12 (7). – Р. 19–35.

СЕКЦІЯ 2
«ІННОВАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ
ДИТЯЧОГО, ДІЄТИЧНОГО ТА
АЮРВЕДИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ»

1. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВ І НАПОЇВ ДЛЯ ВЕГЕТАРІАНСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Красько Д.О., студент
Маслійчук О.Б., к.т.н

*Львівський національний університет імені Івана Франка
(ЛНУ ім. І. Франка), м. Львів*

Вступ. У формуванні сучасних тенденцій вегетаріанського харчування у ресторанному господарстві сьогодні особливу увагу приділяють сектору так званого «non-dairy milk» - «немолочного молока». Активний розвиток та зростання споживчого попиту на нього пов'язується як і з індивідуальною непереносимістю лактози чи молочного казеїну у дедалі більшій кількості населення, так і з активною популяризацією вегетаріанства, сиродіння, дотриманням постів та іншими національно-культурними особливостями харчування [1].

Мета. Аналіз інформації, щодо виготовлення «рослинного молока» та його впровадження у заклади ресторанного господарства м.Львова доповнюючи асортимент напоїв та десертів та формуючи сучасні тенденції вегетаріанського харчування.

Актуальність теми. Аналіз наукової та патентної інформації показав, що сьогодні існує близько 35 видів «рослинного молока». Їх можна поділити на п'ять груп [1]: - «рослинне молоко» зі злакових – вівсяне, рисове, гречане, кукурудзяне, пшеничне, житнє, ячмінне, полб'яне, з тритікале (гібрид жита та пшениці); - «рослинне молоко» з зернобобових – соєве, арахісове, люпинове, з бобів вігні і мукуни, чуфи; - «рослинне молоко» з горіхів – мигдальне, кокосове, фісташкове, кедрове, з волоського горіха, кеш'ю і фундука; - «рослинне молоко» з олійного насіння – кунжутне, льняне, конопляне, соняшникове, гарбузове, горлянки; - «рослинне молоко» з псевдо-зернових культур – амарантове, макове, з кіноа, чіа, тефа, і т. За обсягами світових продажів в існуючому асортименті «рослинного молока» промислового виробництва домінує мигдальне і соєве, але купівельний попит на інші види неухильно зростає. Вже досить добре відомі на світовому продовольчому ринку бренди «рослинного молока»: EcolMil (Іспанія), Alpro (Бельгія), Natumi (Німеччина), NaturGreen (Іспанія), Riso Scotti (Італія), Joya (Австрія). В Україні виробництво «рослинного молока» представлене двома торговими марками – «Ідеаль Немолоко» та Vega Milk [2].

Результати та обговорення. Аналіз асортименту «рослинного молока», представленого на ринку України, свідчить, що вітчизняні виробники випускають продукцію з місцевої доступної сировини – гречка, овес, рис, волоські горіха та в невеликій кількості мигдаль. Вартість цих продуктів суттєво нижча від вартості імпортованих товарів (в 2...3 рази), тому попит на вітчизняне «рослинне молоко» зростає. При розробці сучасних технологій напоїв на рослинній основі, векторними факторами є: формування прийнятних

органолептичних показників, рівень вмісту поживних нутрієнтів та стійкість емульсійної системи при зберіганні.

Серед основних переваг «рослинного молока» варто відзначити: швидко і легко засвоюється організмом; містить велику кількість вітамінів і мінералів; відрізняється низьким вмістом жиру і калорійністю (крім кокосового); не містить лактозу, казеїн і холестерин; не викликає подразнення кишківника.

У місті Львів відзначаються такі вегетаріанські заклади, як: Dogs Like Ducks, кав'ярня-кондитерська «Агрус», Green Caffè, Dreamers place, Vegano Nooligano та OM NOM NOM - в яких можна замовити п'ять видів рослинного молока власного виробництва: кунжутне, мигдалеве, соняшникове, фундукове, кокосове та різноманітні страви та десерти із їх використанням.

Нами розроблений асортимент десертів та напою, для розширення асортименту в ресторані OM NOM NOM. Напій «Полунично-мигдалеве смузі», до складу якого входить: полуниця, молоко мигдалеве, м'який соєвий сир тофу та сироп агаві. Десерт «Тапіока в горіховому молоці»: кульки топіоки дрібні, молоко з кеш'ю, жовток яєчний, цукор, сіль морська, екстракт ванілі та чорний кунжут, та «Чізкейк з чорною смородиною»: фініки сушені, курага, горіх волоський, олія соняшникова, смородина чорна, кешю, молоко кокосове, вода, цукор, агар, кокосова стружка.

Висновок. Обґрунтовано доцільність розробки нових рецептур кулінарної продукції та десертів на основі «non-dairy milk», проведено аналіз асортименту та стану виробництва «рослинного молока» в Україні та світі, його перспективність використання у ресторанному господарстві.

Література

1. Егорова Е. Ю. «Немолочное молоко»: обзор сырья и технологий. Ползуновский вестник. 2018. № 3. С. 25-34.

2. Рослинне молоко: веб-сайт. URL: <https://narodfarma.com.ua/ua/beverages/healthy-beverages/> (дата звернення: 12.04.2022).

3. Топ вегетаріанських закладів Львова: веб-сайт. URL: https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/346571-bez-miasa-bez-ryby-bez-yaiets-top-5-vegetarianskykh-kafe-lvova (дата звернення 18.04. 2022).

2. АНАЛІЗ ЯКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ ТРАВ'ЯНИХ ЧАЇВ

Кундрат С.С., спеціаліст вищої категорії, викладач-методист
*Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі,
м.Тернопіль*

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 тощо), 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.

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 багатотравну 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, липи, звіробоелистої, звіробою, сухі плоди малини, горобини, корені споришу живородного, гілки малини, вишні, шипшини, яблуні, смородини.

Основна мета роботи – привернути увагу суспільства до виробництва чаю з трав'янистих рослин та пригадати традиції чаювання наших предків.

Трав'яні чаї корисно пити для краси, зміцнення організму і просто заради задоволення. Такі 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.

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'яти, 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.

Література

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

3. ВИКОРИСТАННЯ РЕЗИСТЕНТНОГО КРОХМАЛЮ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ

¹Авраменко А.Д., аспірант,

²Грабовська О.В., д.т.н.,

¹Національний університет харчових технологій

НУХТ, м. Київ

²Державний торговельно-економічний університет

(ДТЕУ), м. Київ

Вступ. З розвитком науки і техніки все більшого значення набувають питання харчування населення і розроблення технологій харчових продуктів оздоровчого і профілактичного призначення.

Актуальність теми. Кріомодифікація – це зміна властивостей крохмалю шляхом заморожування-відтавання крохмальних клейстерів заданої концентрації. При нагріванні крохмальних суспензій відбувається клейстеризація – процес руйнування крохмальних зерен, а після охолодження – ретроградація полісахаридних молекул крохмалю. Утворення резистентного крохмалю зумовлене утворенням умовно кристалічних областей ретроградованої амілози [1].

Резистентний крохмаль визначається як частина крохмалю, яка не перетравлюється амілазами в тонкому кишечнику і переходить у товсту кишку для ферментації анаеробними мікроорганізмами до коротколанцюгових жирних кислот, які живлять слизисту оболонку кишечника. Багато досліджень показують, що споживання резистентного крохмалю сприяє контролю діабету – зменшує глікемічний індекс продукту і тим самим рівень глюкози в крові, знижує ризик розвитку раку кишечника, покращує функціонування шлунково-кишкового тракту, зменшує загальний рівень холестерину в крові, покращує функцію кишечника.

Резистентний крохмаль викликає зацікавленість розробників харчових продуктів і дієтологів з двох причин, перша – фізіологічні переваги, а друга – унікальні функціональні властивості, які неможливо отримати за допомогою традиційних нерозчинних харчових волокон. Резистентний крохмаль покращує колір і смак деяких продуктів, порівняно з використанням традиційних нерозчинних харчових волокон. Це значно збільшує ймовірність того, що попит на дані продукти буде зростати і, отже, збільшиться споживання харчових волокон. Можливе використання резистентного крохмалю для часткової заміни борошна у виробках без істотних змін обробки тіста і його реології. Він не тільки зміцнює клітковину, але й надає особливих характеристик, яких неможливо досягти в продуктах з високим вмістом клітковини [2].

Матеріали та методи. Зразки кріомодифікованого крохмалю отримували шляхом заморожування з подальшим відтаванням крохмальних клейстерів різних концентрацій, механічним зневоднюванням і подрібненням. Отриманий крохмаль піддавали дії препарату «Панкреатин». Вміст редукувальних речовин (РР) в перерахунку на глюкозу визначали за допомогою методу з

використанням 3,5-динітросаліцилової кислоти.

Результати та обговорення. Метою дослідження було перевірити і порівняти стійкість кріомодифікованого картопляного і кукурудзяного крохмалів, отриманих з клейстерів різної концентрації, до гідролізу ферментами препарату «Панкреатин».

Для експерименту до 2 г досліджуваного крохмалю додавали 10 см³ дистильованої води і 10 см³ розчину препарату «Панкреатин» (1 таблетку розчиняли в 100 см³ води, що відповідає 4500 амілолітичним одиницям активності), витримували на водяній бані при температурі 37°C. Через 60 хв. відділяли рідку фазу від крохмалю, відбирали 1 см³ фільтрату і досліджували в ньому вміст РР (в перерахунку на глюкозу) за допомогою кольорової реакції з 3,5-динітросаліциловою кислотою. Кількість РР, що утворюється за певних умов при дії ферментів, дає уявлення про швидкість розщеплення крохмалю. Результати наведені на рисунку.

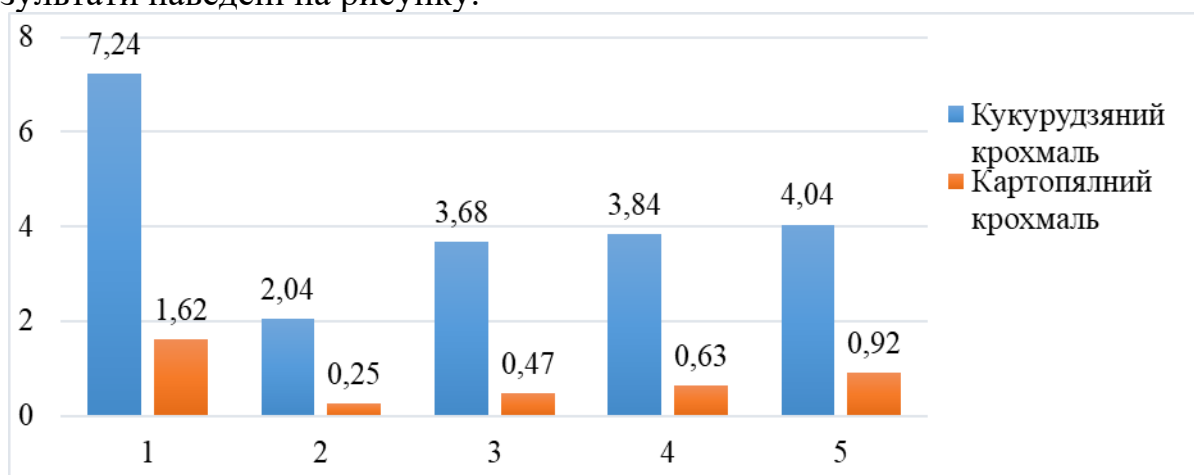


Рисунок – Вміст РР (в перерахунку на глюкозу), що утворилися при гідролізі кукурудзяного і картопляного крохмалю: 1-нативного; кріомодифікованого, отриманого з клейстеру концентрацією: 2 – 5%; 3 – 10%; 4 – 15%; 5 – 20%

Висновок. Отримані результати досліджень показують що кріомодифікація підвищує стійкість крохмалю до ферментативного гідролізу. Картопляний кріомодифікований крохмаль має більшу стійкість до ферментативного гідролізу ніж кукурудзяний. Найбільш стійким є кріомодифікований крохмаль отриманий з 5% крохмального клейстеру, найменш – отриманий з 20% крохмального клейстеру, що можна пояснити меншими розмірами пор, які утворюються внаслідок кріомодифікації.

Література

1. Effects of lintnerization, autoclaving, and freeze-thaw treatments on resistant starch formation and functional properties of pathumthani 80 rice starch // Foods. – 8. –2019. – P. 1-16.
2. Sofi S.A., Ayoub A., Jan A. Resistant starch as functional ingredient: A review // International journal of food science and nutrition. – 2(6). –2017. – P. 195-199.

4. ІННОВАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

Зайцева Г., викладач

Томин Н., студентка

ВСП «Івано-Франківський фаховий коледж ресторанного сервісу і туризму НУХТ»

Пріоритетним напрямком розвитку сучасних закладів ресторанного господарства є інноваційний підхід до організації харчування та технології приготування страв для дітей. Профіль ресторанів все частіше визначається його концепцією, яка характеризує його імідж, пов'язаний з певним ринковим сегментом: повсякденний, дитячий, етнічний тощо.

Споживачі дитячого сегменту висувають все більш жорсткі вимоги до якості продуктів дитячого харчування та технології їх приготування. Вирішальними чинниками, які впливають на вибір споживачів є:

- ✓ інгредієнти, які використовують для приготування страв;
- ✓ безпечність продуктів; гіпоалергенність;
- ✓ збагачення вітамінами і корисними речовинами [1].

Можна виокремити такі основні тренди, які сформувалися у світі щодо страв дитячого харчування в закладах ресторанного господарства:

- органічність;
- екологічність;
- натуральність;
- раціональність та корисність;
- дієтичність;
- функціональність;
- нестандартність та оригінальність подачі.

Інноваційні технології дозволяють створювати «розумні» ресторани та підбирати компоненти страв або скласти індивідуальне меню, для конкретного споживача послуг – дитини, в залежності від його фізіологічних потреб [2].

Основа здорового харчування – збалансований раціон зі всіма харчовими речовинами. Проте в результаті технологічної обробки, використання неякісної сировини, впливу інших факторів організм людини не отримує необхідної кількості незамінних компонентів. Один із способів усунути цей дефіцит, підвищити стійкість організму до несприятливих факторів навколишнього середовища – систематичне вживання продуктів харчування, збагачених комплексом біологічно активних добавок з широким спектром терапевтичної дії. Такі збагачені продукти харчування називають функціональними, а харчування – функціональним. Харчування дітей у школі або в ЗРГ має велике значення для правильного розвитку дитини. Для цього в кожній школі повинні бути організовані буфети. Сніданки для школярів організують шляхом доставки гарячої їжі в термосах з поблизу розташованих їдальнь, ресторанів і чайних та продажу холодних страв, закусок та кондитерських виробів в буфетах. Все більшої популярності серед дітей набувають – «ланч бокси» та комплексні обіди, на які перелаштовуються багато світових закладів ресторанного

господарства при обслуговуванні дітей.

Сьогодні серед дітей досить поширеними закладами ресторанного господарства є «фаст-фуди», продукція виготовлена в яких лише наносить шкоду молодому організму дитини. На противагу звичним «фаст-фудам» можна поставити «корисні фаст-фуди» – заклади швидкого харчування, які використовують натуральні продукти, свіжі овочі, житній хліб та здорову альтернативу картопляним чіпсам – натуральні фруктові й овочеві чіпси.

Отже, на ринку ресторанного господарства сформувався ряд трендів, які впливають на пропозицію споживчого ринку дитячого харчування. Тому заклади ресторанного господарства, які обслуговують дітей, у зв'язку з пришвидшенням темпів науково-технічного прогресу і появою ряду інноваційних технологій мають постійно удосконалювати свої страви, а також технічно оновлювати матеріальну базу. Діти від цих новацій отримуватимуть більш якісну та корисну продукцію.

Література

1. Перша міжнародна спеціалізована науково-практична конференція «Дитяче харчування: перспективи розвитку та інноваційні технології» в рамках XVII Міжнародного Форуму товарів і послуг для дітей «BABY EXPO»:

2. Збірник праць Першої міжнародної спеціалізованої науково-практичної конференції. – Київ: 2013, 203 с.

3. Taking Your Baby to a Restaurant. – Режим доступу: <http://www.homemade-baby-food-recipes.com>

4. «Тренди у харчуванні дітей в закладах ресторанного господарства». Жученко В.Г., к.е.н., доцент кафедри туризму та рекреації КНТЕУ. Режим доступу: <http://www.xktei.km.ua/files/zbir2.pdf#page=302>

5. ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ХЛІБА, ЗБАГАЧЕНОГО НАСІННЯМ ЛЬОНУ, ЗА ВМІСТОМ БІСУЛЬФІТЗВ'ЯЗУЮЧИХ РЕЧОВИН

Бондаренко Ю.В., к.т.н.

Дейнега Д.В.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Андронович Г.М.

*Черкаський державний технологічний університет
(ЧДТУ), м. Черкаси*

Вступ. Здоров'я людини – це одна з найбільших цінностей для кожної цивілізованої країни, найважливіша складова її соціально-економічного розвитку [1]. Вагомим фактором, що впливає на формування «здорової» тривалості життя та є фундаментом профілактики багатьох неінфекційних захворювань є харчування [2].

Актуальність теми. Одним із шляхів забезпечення здорового харчування є збагачення базових продуктів нетрадиційними видами сировини, зокрема лляним насінням. Насіння льону є перспективною сировиною для нормалізації жирнокислотного складу продуктів харчування, збагачення їх водорозчинними полісахаридами та лігнанами льону. Клінічними дослідженнями доведено, що споживання насіння льону у складі харчових продуктів сприяє зниженню розвитку серцево-судинних захворювань [3]. Використання насіння льону у рецептурі пшеничного хліба сприятиме розширенню асортименту дієтичних виробів.

Матеріали та методи. У роботі використовували жовтонасіневий льон «Світлозір». Пшеничний хліб випікали з цілим насінням льону (ЦНЛЗ) у кількості 15 % до маси борошна, внесеним у тісто у замоченому стані. Контролем був виріб без додавання насіння льону. Аромат хліба є одним із показників оцінки споживчих властивостей виробів. Вирішальну роль у формуванні ароматичного комплексу виробів, відіграють продукти взаємодії цукрів, інших карбонільних сполук з амінокислотами і білками, що утворюються саме під час випікання. При цьому основна частина в ароматичному комплексі хліба належить сполукам, що утворюються на останніх етапах випікання, оскільки на його початку частина летких сполук звітрюється. Основними сполуками, що формують аромат хліба є карбонільні сполуки. У контрольному та дослідних зразках проводили їх визначення за методом Р.Р. Токаревої та В.Л. Кретовича. Метод базується на зв'язуванні карбонільних сполук бісульфітом натрію.

Результати та обговорення. Вміст бісульфітзв'язуючих речовин у м'якушці та скоринці виробів наведено в таблиці 1. Аналіз отриманих даних дозволяє стверджувати, що у м'якушці виробів з ЦНЛЗ, порівняно з контролем, спостерігається більший приріст вмісту бісульфітзв'язуючих речовин на 31,5 %. В скоринці приріст ароматичних сполук складає 40,1 %. Утворенні в процесі

випікання ароматичні речовини накопичуються в основному у скоринці, а потім частково дифундують у м'якушку і там адсорбуються. Під час зберігання хліба загальний вміст карбонільних сполук безперервно знижується. При цьому в перші години зберігання хліба вміст ароматичних сполук у скоринці знижується як в результаті їх звітрювання, так і внаслідок концентраційного переміщення в м'якушку, тому вміст карбонільних сполук в м'якушці за першу добу зберігання підвищується. Під час подальшого зберігання хліба їх вміст знижується як в скоринці, так і в м'якушці. При цьому втрати бісульфітв'язуючих сполук у виробках з лляною сировиною були менші, ніж у контролі, і становлять через 48 год зберігання у скоринці виробів з ЦНЛЗ 36,4 %, у м'якушці відповідно 12,7 %, тоді як в контролі у скоринці – 41,3 %, а в м'якушці – 16,7 %.

Таблиця 1 - Вміст бісульфітв'язуючих речовин у виробках мг-екв. / 100 г СР

Показник	Контроль	15 % до маси борошна ЦНЛЗ
через 3 год зберігання		
загальний вміст	29,1	40,3
– в скоринці	23,7	33,2
– в м'якушці	5,4	7,1
через 24 год зберігання		
загальний вміст	22,9	33,0
– в скоринці	17,3	25,5
– в м'якушці	5,6	7,5
через 48 год зберігання		
загальний вміст	18,4	27,3
– в скоринці	13,9	21,1
– в м'якушці	4,5	6,2

Висновок. Таким чином, у виробках збагачених насінням льону, відзначено утворення більшої кількості, порівняно з контролем, бісульфітв'язуючих речовин та їх менші втрати під час зберігання, що обумовлює формування кращих споживчих властивостей виробів за їх ароматом.

Література

1. Загальна теорія здоров'я та здоров'язбереження : колективна монографія / за заг. ред. проф. Ю.Д. Бойчука. Харків: Вид. Рожко С. Г., 2017. – 488 с.

Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. Geneve, 2003. 149 p. URL: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42665/WHO_TRS_916.pdf?sequence=1

2. Rodriguez-Leyva D. Potent antihypertensive action of dietary flaxseed in hypertensive patients / Rodriguez-Leyva D., Weighell W., Edel A.L. // *Hypertension*. –2013. – № 62(6). – P. 1081–1089.

6. ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ В СИСТЕМІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сімахіна Г.О., д-р техн. наук
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Харчування відноситься до найважливіших чинників навколишнього середовища, що безпосередньо протягом усього життя впливає на організм людини. Біокомпоненти харчових продуктів, перетворюючись у процесі метаболізму на структурні та функціональні елементи клітин живого організму, забезпечують його фізичну та розумову працездатність, адаптаційні можливості, імунний статус, визначаючи стан здоров'я людини, тривалість її життя, соціальну та індивідуальну активність.

Ось чому однією із визначальних рис нинішнього етапу розвитку суспільства є те, що **проблема збереження здоров'я населення**, збільшення тривалості життя кожного індивіда перестала бути сферою уваги лише біології та медицини, і посіла значне місце в розвитку новітніх харчових технологій, визначаючи їх напрям та пріоритети.

Дослідження **нутриціологів** свідчать про те, що в сучасному суспільстві одне лише традиційне харчування неминуче призводить до тих чи інших видів харчової недостатності. Причини цього загальновідомі – дефіцит білків, нестача вітамінів та інших есенціальних мікронутрієнтів, вживання рафінованої їжі, широке використання різноманітних харчових добавок, що не мають біологічної цінності.

Тому **проблема поліпшення структури харчування**, якості та безпеки харчових продуктів є **сьогодні однією із найважливіших** як у межах однієї країни, так і планети Земля в цілому. Разом з тим, накопичений світовий досвід показує, що вирішити цю проблему швидкого корегування структури харчування майже неможливо шляхом простого збільшення обсягів виробництва і розширення асортименту традиційних харчових продуктів.

Пошук альтернативних шляхів розв'язання цього надзвичайно важливого завдання привів учених і практиків до ідеї про **необхідність розроблення та реалізації** нових, значно досконаліших технологій виробництва харчових продуктів, адекватних за компонентних складом потребам сучасної людини. Це **продукти оздоровчого, профілактичного, функціонального призначення**.

Тому ХХІ століття стало початком великих змін у нутриціології, харчових технологіях, готельно-ресторанному та туристичному бізнесі. Вони пов'язані передусім із виробництвом оздоровчих продуктів, що є частиною звичайного раціону і які, окрім поживних властивостей, мають здатність позитивно впливати на всі органи та системи організму. Завдяки цьому знижується ризик виникнення та розвитку цілого ряду захворювань.

Створення нового покоління харчових продуктів і введення їх до раціону споживачів найбільш реальне, технологічно вигідне й економічно доцільне в системі готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, оскільки велика

харчова індустрія, по-перше, більш консервативна, а по-друге, менш гнучка. Тому її перехід хоча б частково на систему здорового харчування досить тривалий, потребує значних витрат, спеціально підготовлених кадрів.

У системі готельно-ресторанного та туристичного бізнесу навіть істотні видозміни структури харчування, рецептур, харчових раціонів потребують значно менше часу, використання невеликих виробничих площ, можливість постійного урізноманітнення меню, задоволення індивідуальних потреб споживачів.

Досить привабливим застосування системи здорового харчування вбачається при виробництві аюрведичних продуктів [1, 2, 3, 4]. Тобто, з **одного боку**, необхідність виробництва харчових продуктів з інноваційним наповненням є реальною потребою сучасності, а з **другого** – воно вимагає подолання певних стереотипів у харчових уподобаннях українців, підвищення рівня культури харчування, розуміння безпосереднього зв'язку між якістю та структурою харчування і станом здоров'я.

Висновок. Практично усім харчовим продуктам, що традиційно споживає населення, можна надати функціональних властивостей і таким чином зробити нашу їжу нашими ліками, як мріяв про це ще Гіппократ. Впровадження системи здорового харчування найбільш доцільно в нинішній час зосередити в закладах готельно-ресторанної та туристичної індустрії. Для цього необхідно знаходити природні джерела найбільш ефективних функціональних інгредієнтів; дослідити властивості різних біологічно активних компонентів їжі (вітамінів, мінеральних елементів, полісахаридів, амінокислот, жирів тощо) і розробити нові рецептури оздоровчих харчових продуктів.

Для вирішення усіх цих питань потрібно мати ґрунтовні знання, тому що саме в галузі оздоровчих продуктів проводяться найбільш інтенсивні дослідження, саме галузь оздоровчих продуктів зараз розвивається найбільш швидкими темпами і на світовому ринку саме оздоровчі продукти мають найбільший попит. Саме таких фахівців готує факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу НУХТ.

Література

1. Сімахіна Г.О., Науменко Н.В. Лікарські трави як важлива складова аюрведичної та вітчизняної систем оздоровлення. *Наукові праці НУХТ*. 2017. Т. 23, №1. С. 109-118.

2. Українець А.І., Поліщук Г.Є., Сімахіна Г.О. Молочні продукти у системі аюрведичного харчування. *Молочная индустрия*. 2017. №3. С. 34-37.

3. Українець А.І., Сімахіна Г.О., Науменко Н.В. Аюрведичні та європейські канони здоров'я. *Наукові праці НУХТ*. 2018. Т. 24, № 2. С. 112-121.

Українець А.І., Сімахіна Г.О., Науменко Н.В. Перспективи впровадження аюрведичної системи оздоровлення в Україні: точки зору. *Наукові праці НУХТ*. 2019. Т. 25, №1. С. 232-240.

7. КОНЦЕПЦІЯ РОЗРОБЛЕННЯ МОДЕЛІ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ «ІДЕАЛЬНОГО» ХАРЧОВОГО ПРОДУКТУ ДЛЯ РІЗНИХ ГРУП ЗДОРОВОГО НАСЕЛЕННЯ

Дорохович А.М., д.т.н.

Дорохович В.В., д.т.н.

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ На основі теорії раціонального харчування розробленої академіком Покровським О.О., теорії адекватного харчування академіка Уголева О.М. та вимог нутріціології відносно добових потреб хімічних речовин зі урахуванням віку, статі, фізичного навантаження розроблено модель хімічного складу «ідеального» харчового продукту.

Актуальність теми. В останні десятиріччя все більше уваги приділялось здоровому харчуванню, розробленню харчових продуктів з збалансованим складом. Відповідно виникає необхідність в розробленні методології оцінювання складу харчових продуктів.

Матеріали та методи. На основі основних принципів кваліметрії визначено відповідність хімічного складу реального харчового продукту складу «ідеального».

Результати та обговорення. Модель хімічного складу «ідеального» харчового продукту побудована з урахуванням ієрархії показників хімічного складу (рис1), розрахунок проводиться на 100 г виробу.

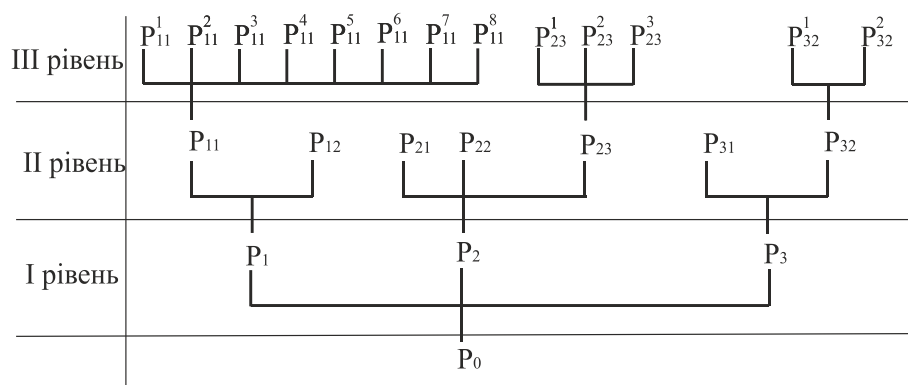


Рис. 1. Ієрархічне дерево показників хімічного складу «ідеального» харчового продукту.

В представленому дереві наведена наступна диференціація показників хімічного складу.

На першому рівні. P_1 , P_2 , P_3 – вміст білків, жирів, вуглеводів в 100 г «ідеального» харчового продукту;

На другому рівні. P_{11} , P_{12} - вміст незамінних і замінних амінокислот (з урахуванням того, що співвідношення повинно бути 36:64); P_{21} , P_{22} , P_{23} - вміст насичених, мононенасичених, поліненасичених жирних кислот (в «ідеальному»

ліпіді їх співвідношення 1:1:1); P_{31} -вміст моно- та дисахаридів та P_{32} - вміст полісахаридів (в «ідеальному» харчовому продукті їх співвідношення 0,25:0,75).

На третьому рівні ієрархічного дерева P_{11} розподіляється на 8 незамінних амінокислот: ізолейцин, лейцин, лізин, метіонін+цистин, фенілаланін+тирозин, треонін, триптофан, вміст яких повинен відповідати складу «ідеального білку» – шкалі ФАО/ВООЗ. Поліненасичені жирні кислоти P_{23} на третьому рівні диференціюються на незамінні групи ω_3 (P_{23}^1), ω_6 (P_{23}^2) та замінні поліненасичені жирні кислоти (P_{23}^3). Вміст P_{23}^1 та P_{23}^2 визначається відносно норм добових потреб, які становлять 2г та 6 г. Кількість замінних жирних кислот визначається за розрахунком $P_{23}^3 = P_{23} - (P_{23}^1 + P_{23}^2)$. Показник P_{32} на третьому рівні поділяється на показники P_{32}^1 , що вказує вміст розчинних полісахаридів (крохмаль, інулін) та на показник P_{32}^2 , що визначає вміст нерозчинних полісахаридів, тобто рослинних волокон. Добова потреба у рослинних волокнах для дорослого населення складає 50 г, для дітей 35 г.

На основі використання основних принципів кваліметрії побудована модель визначення ступеня відповідності (СВ) хімічного складу реального харчового продукту до складу ідеального.

Визначення СВ хімічного складу на I-рівні ієрархічного дерева проводиться наступним чином:

$$СВ = M_1 \frac{P_1}{P_1^i} + M_2 \frac{P_2}{P_2^i} + M_3 \frac{P_3}{P_3^i}$$

Де: P_1, P_2, P_3 – вміст білків, жирів, вуглеводів в 100 г реального харчового продукту; P_1^i, P_2^i, P_3^i – вміст білків, жирів, вуглеводів в 100 г «ідеального» харчового продукту; M_1, M_2, M_3 – коефіцієнти вагомості, які визначають експертним опитуванням за методом Делфі. $M_1 + M_2 + M_3 = 1,0$.

Оцінка СВ визначається наступним чином:

- 1,0...0,9 – відмінно;
- 0,89...0,75 – добре;
- 0,5...0,74 – задовільно;
- 0,49 та < – незадовільно.

За зазначеною методикою визначається СВ хімічного складу на II та III рівні ієрархічного дерева

Висновок. Застосування запропонованої методики дасть можливість ґрунтовно проаналізувати та оцінити хімічний (нутриєнтний) склад реального харчового продукту на відповідність «ідеальному». В даній методиці оцінюється збалансованість за макронутрієнтами.

Література

Дорохович, А. М., Дорохович, В. В., Петренко, М. М. (2017). Авторське свідоцтво 66788. Київ: Державний департамент інтелектуальної власності.

8. ПОКРАЩЕННЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСИВОСТЕЙ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ ХЛІБНИХ ВИРОБІВ

Гетьман І.А., аспірант
Чіхрай В.І., студент
Коломієць М.Я., студент
Михонік Л.А., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

За даними рекомендацій Всесвітньої гастроентерологічної організації (WGO) та Всесвітньої організації дигестивної ендоскопії (OMED), середня поширеність целиакії складає 1% популяції планети, характеризуючись щорічним, неухильним зростанням захворюваності, але людей із доведеним діагнозом, за статистикою, значно менше. Дієтологами популяризується інформація про користь безглютенової дієти для людей, які не мають такого захворювання, аргументуючи це шкідливим впливом глютену на організм [1].

Традиційні рецептури безглютенового хліба містять кукурудзяний, картопляний, рисовий, тапіоковий крохмалі або їх суміші в кількості 70-90 % від маси сипкої сировини, що значно знижує харчову цінність виробів [2].

На кафедрі технології хлібопекарських та кондитерських виробів НУХТ було розроблено рецептуру безглютенового хліба «Смачний» [3] з підвищеним вмістом борошна круп'яних культур, яке характеризується більш збалансованим хімічним складом за рахунок внесеного борошна зеленої гречки та рисового, а кількість крохмалю зменшена до 30%.

Крохмалі або безглютенові види борошна, на відміну від пшеничного, не містять білків клейковини, тому в тісто додають структуроутворювачі - різноманітні гідроколоїди рослинного або мікробного походження, які підвищують в'язкість тіста, завдяки чому підвищується його газоутримувальна здатність. До більшості рецептур на основі крохмалю входить гідроксипропілметилцелюлоза (ГПМЦ) окремо або у композиції з іншими структуроутворювачами, зокрема камеддю ксантану [2,4].

Дослідження впливу вказаних структуроутворювачів на технологічний процес та якість виробів з високим вмістом борошна круп'яних культур показали, що доцільно використовувати комбінацію ГПМЦ і камеді ксантану у співвідношенні 3:1. Це забезпечує одержання виробів високого об'єму, з гладкою поверхнею, добре розвинутою, рівномірною та тонкостінною структурою пористості м'якушки.

Проблема знижених споживчих властивостей безглютенового хліба обумовлена технологічними особливостями його виготовлення. Для тістових заготовок передбачено лише процес вистоювання, а бродіння тіста відсутнє. Внаслідок цього вироби характеризуються прісним смаком і слабо вираженим ароматом.

Одним із напрямів покращення смако-ароматичних характеристик безглютенового хліба є використання заквасок. В умовах пекарень, де традиційно виготовляють дієтичні сорти хліба, здійснювати ведення заквасок з

використанням чистих культур практично неможливо. В такому випадку ефективно використовувати закваски спонтанного бродіння, які мають ряд переваг: спрощення процесу виробництва закваски, економія виробничих площ, обладнання та мобільність виробництва. Використання заквасок сприяє подовженню термінів зберігання, кращої засвоюваності мінеральних речовин борошна та забезпеченню мікробіологічної чистоти хліба [5,6].

Науковцями цієї ж кафедри розроблено схеми розвідного та виробничого циклів ведення заквасок спонтанного бродіння з борошна круп'яних культур, зокрема, рисового та гречаного [5]. Проводили дослідження щодо впливу заквасок на технологічний процес та якість виробів, замінюючи рисове або гречане борошно відповідною закваскою в кількості 10-30% до маси сипкої сировини. Рекомендованими є дозування гречаної закваски в кількості 10-20%, рисової – в кількості 30% до маси сипкої сировини.

Вироби із заквасками вигідно відрізняються від контрольного зразка більш яскраво вираженим приємним, а в зразку з гречаним борошном - «гречаним» смаком і ароматом та розвинутою, тонкостінною структурою пористості, еластичною м'якушкою.

Висновок. У зв'язку зі зростанням кількості хворих на целіакію та поширення тенденцій здорового харчування стає очевидною необхідність розробки безглютенових хлібних виробів. Отримані результати можуть бути використані при моделюванні нових рецептур для розширення асортименту та розвитку ринку безглютенових виробів.

Література

1. Губська О.Ю. Способи та алгоритми діагностики целіакії в дорослих з урахуванням сучасних діагностичних можливостей регіонів України: методичні рекомендації для впровадження в закладах охорони здоров'я, закладах первинної медико-санітарної допомоги, відділеннях стаціонарів терапевтичного, гастроентерологічного профілів. Київ: НМУ імені О.О. Богомольця. 2019. 34 с.

2. Шаніна О. М., Галясний І. В., Лобачова Н. Л. Обґрунтування складу борошняної сировини в технології безглютенового бездріжджового хліба. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*. 2015. Вип. 4, № 2. С. 56-60.

3. Михонік Л. А., Дробот В. І., Шупило К. О. Хліб "Безглютеновий смачний": патент 120726 Україна: МПК А21D 13/066. № u201706035; заявл. 16.06.2017; опубл. 10.11.2017, Бюл. № 21.

4. Дробот В.І., Грищенко А.М. Розробка нових видів безбілкових хлібобулочних виробів. *Наук. пр./ Одес.нац. акад. харч. технологій*. Одеса, 2010. Т. 1, вип 38(1). С. 164-167.

5. Михонік Л. А., Гетьман І. А. Технологія безглютенового хліба з використанням заквасок спонтанного бродіння. *Товари і ринки*. 2019. № 1(29). С. 95-103. DOI: [https://doi.org/10.31617/tr.knute.2019\(29\)09](https://doi.org/10.31617/tr.knute.2019(29)09).

6. Дробот В.І., Сильчук Т.А. Використання закваски спонтанного бродіння при виробництві житньо-пшеничного хліба. *Наукові праці НУХТ*. 2016. Т.22. №1. С.180-184.

9. РОЗРОБКА СХІДНИХ СОЛОДОЩІВ НА ОСНОВІ НАСІННЯ ГАРБУЗУ ОРГАНІЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ

Саган Г.О., студентка

Потилко З.І., студентка

Кохан О.О., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

В наш час людський організм щоденно стикається з цілою низкою несприятливих факторів – забруднене середовище, гіподинамія, значний відсоток рафінованих харчових продуктів, що призводить до дефіциту багатьох вітамінів та мікроелементів. Тому дедалі більше сучасне населення віддає перевагу здоровій їжі, навіть з'явився окремий напрямок у харчовій індустрії – виробництво органічних харчових продуктів, що виготовляються без застосування консервантів, барвників та інших хімічних домішок, із сільськогосподарської сировини, вирощеної з дотриманням принципів органічного виробництва (без застосування пестицидів, хімічних добрив тощо).

Крім того все більшої популярності в світі набуває тренд в харчуванні, який направлений на гуманне («дружне») ставлення до тварин, що популяризує зменшення споживання харчових продуктів тваринного походження. Напрямок веганства охоплює все більший сегмент харчових продуктів.

Провівши аналіз вітчизняного ринку органічних ласощів на основі виключно рослинної сировини слід констатувати, що асортимент органічної кондитерської продукції дуже обмежений і саме на його розширення і будуть направлені наші дослідження. В якості предмета досліджень обрали представника групи східних солодощів – молочний щербет. В якості основної сировини при виробництві щербету використовується сировина тваринного походження – згущене коров'яче молоко, що унеможлиблює споживання таких виробів людьми, що підтримуються веганства, мають непереносимість лактози або тримають піст. Тому нами було запропоновано згущене коров'яче молоко замінити на молоко з насіння гарбуза. А замість горіхової сировини ввести до складу рецептури щербету насіння гарбуза.

Вибір саме цього насіння обумовлений тим, що зараз об'єми вирощування органічного гарбузу в Україні щорічно зростають і це робить його перспективною сировиною для виробництва різноманітних органічних харчових продуктів.

Насіння гарбуза нами пропонується застосовувати для виробництва рослинного молока, яке стане основою помадної молочної маси; а також для внесення у вигляді рецептурного компоненту в щербетну масу замість висококалорійних і дороговартісних горіхів. Завдяки своєму багатому хімічному складу гарбузове насіння здатне принести людському організму велику користь. Насіння гарбуза багате на: амінокислоти, пектин, жирні насичені і ненасичені кислоти, харчові волокна, вітаміни, мінеральні речовини [1].

На першому етапі нами були проведені дослідження показників якості органічного насіння гарбуза врожаю 2021 року двох вітчизняних виробників під торговими марками ТМ «Food to Live» та ТМ «Eden Food». Для подальших досліджень було обрано насіння гарбуза ТМ «Food to Live», оскільки воно мало кращі органолептичні показники.

На наступному етапі було здійснено розроблення технології приготування рослинного молока з насіння гарбуза, так як саме з цієї культури рослинне молоко не виготовляється в промислових масштабах. Для встановлення раціональних параметрів приготування молока дослідження проводили при різній температурі та тривалості екстрагування розчинних речовин з подрібненого насіння.

В подальшому це молоко було використано для виробництва помадної маси для щербету. Була проведена серія експериментів для встановлення раціональних параметрів уварювання сиропу та його збивання для отримання молочної помади. Важливим фактором на цій стадії є температура уварювання сиропу, яка дозволила отримати дрібнокристалічну щербетну масу за рахунок самочинної кристалізації сиропу під час його збивання з одночасним охолодженням. Слід зазначити, що маса на рослинному молоці відрізнялася за кольором від маси на коров'ячому молоці. Світлий колір отриманої маси може стати інструментом в руках маркетологів для привернення уваги потенційних споживачів нового виробу і дозволить розширити асортимент веганських східних солодоців.

Наступним етапом досліджень було встановлення раціональної кількості гарбузового насіння, що вноситься в щербетну масу на заміну горіхової сировини. Наші експериментальні дослідження були спрямовані на отримання нового виробу з приємними органолептичними показниками. З цією метою при розробленні рецептури щербету ми дозували насіння гарбузу до помадної маси в різній кількості і оцінювали органолептичні показники і консистенцію готових виробів. Шляхом серії дегустацій було встановлено раціональне дозування насіння органічного гарбузу і були розроблені рецептура та технологічна інструкція щербету «Дарунок осені» із заміною ядер горіхів ліщини на насіння гарбуза та коров'ячого молока на молоко з насіння гарбузу.

В готових виробках визначали органолептичні показники якості згідно ДСТУ 4688:2006. За всіма показниками зразки щербету відповідають нормативній документації. Розрахунок комплексного показника якості, що включав оцінювання органолептичних показників розробленого продукту показав, що виріб має високу якість (показник дорівнює 0,96, тобто оцінка «відмінно»).

Розрахунковим шляхом було визначено харчову та енергетичну цінність розробленого щербету. Розрахунки показали, що у результаті використання продуктів переробки гарбуза, калорійність розробленого зразка органічного веганського щербету зменшується на 13 % в порівнянні з контрольним зразком.

Література

1. Joachim M. Dotto, James S. Chacha. The potential of pumpkin seeds as a functional food ingredient/ Department of Food Biotechnology and Nutritional Sciences-The Nelson Mandela African Institution of Science and Technology, P.O. - Box 447, Arusha, Tanzania, 2020. -p.12.

10. РОЗУМІННЯ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ В АЮРВЕДИЧНИХ ПОЛОЖЕННЯХ

Фролова Н.Е., д.т.н.,
Ющенко Н.М., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м.Київ*

Аюрведичне розуміння харчової цінності продуктів харчування сильно відрізняється від західних міркувань. Традиційно, харчова цінність визначається вмістом в продуктах жирів, білків, вуглеводів, вітамінів, мінеральних речовин, комплексом мінерних БАР.

Проте, сучасна дієтична наука вже розглядає "нутриєнт", не за кількісною характеристикою, а як динамічний фактор харчування із сприятливою дією на обмін речовини, а відповідно, на здоров'я. Отже формується концепція, яка визнає, що харчові продукти являють собою дещо більше, ніж джерело корисних речовин. "корисних"нутриєнтів.

Отже, відповідно положень, викладених Чарака-самхіта (Caraka Samhita) існує дев'ять факторів, які визначають харчову цінність харчування [1] .

1. Персоналізація харчування . Аюрведа уникає догми «всі повинні» => на користь індивідуально розроблених програм харчування для задоволення потреб конкретної людини. Аюрведа вчить, що люди конституції Вата-доші => це люди тонкі, сухі, часто відчувають холод. Їм потрібно більше солодоців, зерна, олії, солі, молочних продуктів і горіхів, трохи спецій у своєму раціоні. Уникати занадто багато сирих салатів і фруктів, а також бобів.

2. Смак продуктів харчування . Драва Гуна Вігьяна (знання про властивості субстанції), вчить нас, що найважливішою гуною (властивістю) будь-якої речовини є смаки. Теорія смаків має особливе значення в Аюрведі. Смаки сприймаються організмом і надають прямий ефект на засвоювання споживаних продуктів. Ці шість смаків «засвоюються» організмом в ротовій порожнині і діють негайно на квантові поля організму.

Аюрведа вчить, що коли смакові рецептори взаємодіють з продуктом, вони передають відповідним дошам інформацію про гуни (природні якості). Ці властивості є невід'ємними характеристиками кожної речі в світі, в тому числі харчових продуктів.

3. Порційність їжі. Характер споживання їжі (швидко / повільно, дотримання переривів між прийманням їжі). Чарака-самхіта зазначає, що харчові продукти споживані в правильному обсязі проявляють високу харчову цінність. Відоме правило пояснює, що одну третину шлунка повинна заповнювати тверда їжа, одну третину => рідка, а останню третину потрібно залишити порожньою.

4. Регіони вирощування харчової сировини. Чарака-самхіта вказує на впливовість місця (deśa), отримання харчової сировини. Так рослинна сировина з холодних регіонів має важчі властивості (Guru), на відміну від сировини з більш високою температурою вирощування. В регіонах з вологим

кліматом виробляється харчові продукти переважно гарячої, сухої гуни, а в посушливих областях продукти за якістю холодні і маслянисті.

5. Час трапези (щодо дня, сезону) і вік людини . Розглядаючи категорію часу (kāla) в оцінюванні харчової цінності їжі Чарака-самхіта говорить про впливовість часу трапези, пори року (ṛtu-sātmya), віку людини, що обумовлює важливість корекції харчового раціону.

6. Характер їжі (свіжий / старий, поживний, теплий тощо). Чим швидше блюдо потрапляє на стіл, тим вона корисніше. Корисною їжею вважається також та, яка готувалася не надто довго. Кожний має їсти теплу їжу, так як вона приємна на смак, стимулює травлення, швидко перетравлюється, сприяє зменшенню газів, зменшує кількість слизу.

7. Харчові комбінації. Самйого – з'єднання двох або декількох продуктів з набуттям особливих властивостей, відсутніх у до з'єднання .

Не слід поєднувати непоєднувані продукти. У Стародавній Індії добре знали, що поєднання продуктів в межах одного прийому їжі помітно впливає на те, наскільки добре чи погано перетравлюється їжа.

Аюрведичні знання пропонують 10 основних харчових комбінацій, з яких 4 є корисними і 6 поганими. Корисними поєднаннями є: білок + жир, крохмаль + жир, цукор + вільні кислоти, жир + вільні кислоти. Погані поєднання: білок + крохмаль, білок + цукор, білок + вільні кислоти, крохмаль + цукор, крохмаль + вільні кислоти і жир + цукор.

8. Психологічний баланс. Згідно Чарака-самхіте, харчова цінність продуктів харчування буде низькою, якщо людина знаходиться під впливом занепокоєння, горя, страху, люті, страждання, сонливості або занадто довгого неспання

9. Використання спецій та прянощів

Спецій корисні не тільки для смакових якостей страви, а й для організму, адже в натуральних приправах дуже багато цінних речовин. Однак варто не перестаратися.

Висновок. Аюрведа не визначає хімічний склад продукту, не підраховує калорії, не оперує поняттями мінорних речовин. Несмачна їжа не дивлячись на присутність в ній вітамінів, мінералів, жирів і вуглеводів зовсім марна для нашого організму. Окремо виділяються положення Аюрведи, які базуються на енергетиці, яку отримує організм від споживаної їжі , збалансованості смаків, витримці сумісності продуктів. Аюрведа враховує ефект (зігріваючий або охолоджуючий) => ефект (Вірья) , також зміна смаків після засвоєння (перетравлення) продукту => Віпак.

Література

1. Rastogi S. Ayurvedic Science of Food and Nutrition. *NewYork, NY : Springer, 2014.* URL: <http://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4614-9628-1>.

11. ВИЗНАЧЕННЯ МІКРОЕЛЕМЕНТІВ ЛИСТЯ *MOMORDICA CHARANTIA LINN.* - КОМПОНЕНТІВ *BHASMAS* ПІД ЧАС *BHAVANA*

Коломієць Д.П.,

Харченко Л.Л.

Ніколаєнко Б.М.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ) м.Київ*

Вступ. У доповіді подаються результати визначення вмісту мікроелементів у листі *MOMORDICA CHARANTIA LINN.* (далі МС) – рослини, що широко використовується у Аюрведі як продукт дієтичного та лікувального харчування [1 італ]. Використовували високочутливий методом мас-спектрометрії з індуктивно зв'язаною плазмою (ICP-MS). За результатами досліджень було ідентифіковано 24 мікроелементи [2ст]

Актуальність теми. Концепцією фундаментальної аюрведичної фармацевтики є підвищення терапевтичної ефективності корисної рослини. Цього можна досягнути шляхом використання одного із спеціальних методів обробки Аюрведи (*Aushadhi Sanskara*) трав, а також металів і мінералів, в основі якого поєднані процеси *Shodhana* (очищення), *Jarana* (смаження на відкритій сковороді) і *Marana* (спалення для створення мінеральних речовин) - з однієї сторони, та *Bhavana* (тритурація) і приготування *Ghana Satva* (затверділі екстракти) - іншого боку [3 інд]. Аналіз відомих компонентів хімічного складу МС, які характеризують її як структурно багатокомпонентну суміш (*BHASMAS*), що здатна істотно впливати на *BHAVANA* - унікальний традиційний метод перетворення сировини в ліки. Тут надзвичайно актуальною задачею є достовірність та повнота інформації, що стосується хімічного складу продукту, особливо вмісту мінеральних речовин.

Матеріали та методи. Методом мас-спектрометрії з індуктивно-зв'язаною плазмою (ICP/MS) були досліджені екстракти, отримані шляхом екстракції висушеного свіжого листа *Momordica charantia L.*. Вміст кожного мікроелемента визначали як середнє арифметичне \bar{x} значень експериментальних даних трьох дослідних зразків. Роботи були виконані в Інституті колоїдної хімії та хімії води ім. А. В. Думанського НАН України під керівництвом професора, д.х.н. М.В. Мілюкіна.

Результати та обговорення. В організмі людини виявлено 81 хімічний елементів, що зустрічаються в природі. Елемент N, H, O, C, Ca, Mg, Na, K, S, P, F, Cl - це структурні. Вони складають 99 % елементного складу людського організму. Решта елементів, перебуваючи в організмі в незначних за обсягом кількостях, активно впливають на здоров'я і наше самопочуття, тому є життєво необхідними. Разом з водою мінерали забезпечують сталість осмотичного тиску, кислотно-лужного балансу, процесів всмоктування, секреції, кровотворення, кісткоутворення, згортання крові. Без них були б неможливі функції м'язового скорочення, нервової

провідності, внутрішньоклітинного дихання.

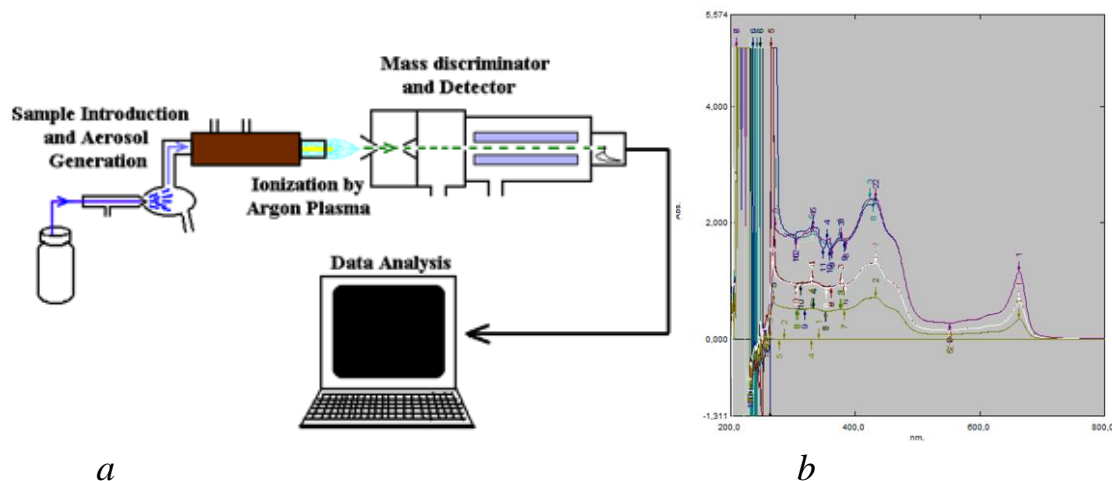


Рис.1 – Схема ІСР/МС (а) та отриманий спектр мікроелементів (b)

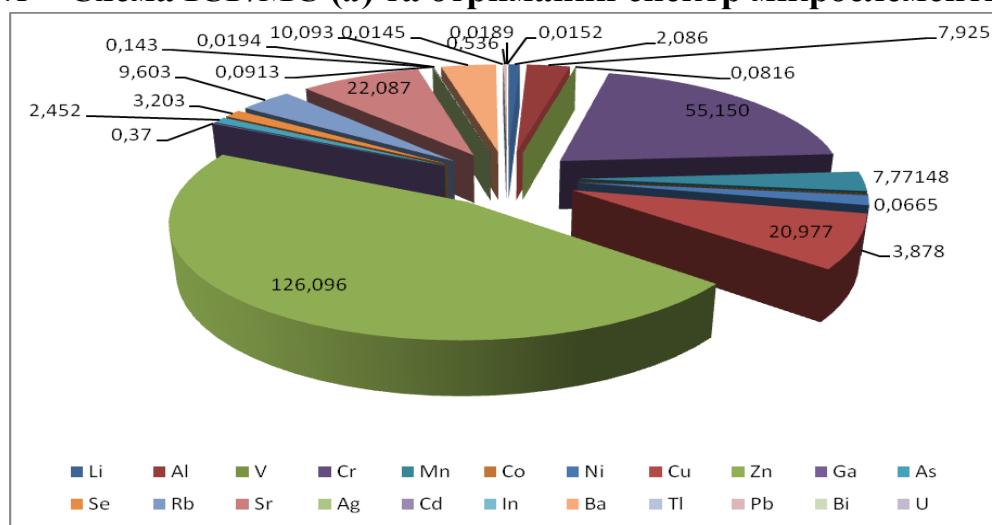


Рис.2 – Результати ідентифікації мікроелементів листя МС

Висновок. У листі рослини *Momordica charantia L.* виявлено 6 життєво необхідних та 4 умовно життєво необхідних мікроелементів. Основний мікроелемент листя - це цинк, середня частка $X_{сер}$ якого становить понад 46 %. Виявлено також 4 потенційно токсичних та 7 токсичних мікроелементів. Разом з тим, їх частка (за виключенням стронцію) в загальному складі не суттєва.

Література

1. Massimo Bortolotti, Daniele Mercatelli, Leticia Coat. *Momordica charantia*, a nutraceutical approach to inflammatory diseases associated with diseases// *Pharmacol.*, May 8, 2019 | <https://doi.org/10.3389/fphar.2019.00486> .

2. Коломієць Д.П., Харченко Л.Л., Ніколаєнко Б.М. Ідентифікація мікроелементного складу екстракту листя *Momordica Charantia L.* //Якість і безпека харчових продуктів: Збірник тез V Міжнародної науково практичної конференції, 11-12 листопада 2021 р., м. К. – К.: НУХТ, 2021. - С. 152 - 157

3. Manisha Choudhary, Dhirajsingh S Rajput. Comparative analytical study on effect of Bhavana on Karavellaka Churna (*Momordica charantia Linn.*) and Bhavita Karavellaka Churna // *International Journal of Ayurvedic Medicine*, Vol 11 (1), pp. 113-119.

12. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ЧАЙНИХ НАПОЇВ ВІДПОВІДНО ДО ПРИПИСІВ АЮРВЕДИЧНОЇ КУЛІНАРІЇ

Польова О.А., магістр,
Фролова Н.Е., д.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

За приписами Аюрведи чаї массала дуже корисні напої. На даний час мало закладів України, які готують справжні чаї массала, а ще менше виробників, які розуміють їх цінність для підтримки здоров'я організму людини.

Розширення асортименту чаїв массала додавши до складу сумісну композицію пряно ароматичної сировини, інших інгредієнтів, збагачених комбінацією БАР дозволить отримати унікальні напої, корисні в організації здорового харчування людей різних конституцій (Дош) [1].

Досліджувався склад композиції чаю чорного байхового чаю Greenfield ClassicBreakfast, Greenfield Golden Ceylon» з відварами пряностей: кора кориці, корінь імбиру свіжий та сухий, сухі бутони гвоздики. Відвари готували за приписами аюрведичної кулінарії – одна частина комбінації прянощів на 16 частин води, тобто на чашку (250 см³) близько 15 г прянощів. Розчин кип'ятили на слабкому вогні, поки вода не випариться до 1/4 початкового об'єму. Так 4 чашки води з прянощами випаровували до однієї. Дана процедура тривала кілька годин [2].

Відвари мали приємний, тонкий, проте добре відчутний аромат східних прянощів. Обрано для аюрведичних чаїв композиція – 0,5 г гвоздики: 1 г сухого кореню імбиру та 2 г кориці.

Підібрані концентрації внесення композиції відварів прянощів до настою чорного байхового чаю. Оптимальна доза композиції відварів при має не перевищує 3...5 %.

Розширенню асортименту чаїв массала дозволяє використання поживних та корисних якостей пророщеного дагусса. Зерно дагусса (ріга, пальчикове просо) відносять до безглютенових злаків, що життєво важливо для людей з «глютензалежними захворюваннями. Пророщене зерно дагусса перспективне в системі громадського харчування в якості добавки до раціону харчування та вітамінізації готових страв.

Було винайдено оптимальні режими проростання зерна. Пророслі зерна дагусса є біологічно активним натуральним продуктом, який після висушування та розмелювання є цінним складником зігрівуючого чаю масала, що дозволяє в легкій та доступній формі забезпечувати організм людини широким комплексом корисних та необхідних речовин у збалансованій легкозасвоюваній формі [3].

Досліджувались наступні зразки зігрівуючих прянощів: імбир, гвоздика, кориця перець чорний, кардамон, мускатний горіх. Підібрано комбінацію прянощів.

В процесі розробки нової рецептури досліджено зразки прянощів та вибрана

найкраща композиція. Всі інгредієнти були підібрані для досягнення гармонії та балансу людей з переважаючою Вата дошею.

Для приготування зігрівуючого аюрведичного чаю типу масала необхідно виконати такі дії:

1) Змішуємо пророщене, висушене та подроблене зерно пальчикового проса з чорним байховим чаєм.

2) Отриману суміш заливаємо водою та ставимо на вогонь. Доводимо до кипіння та кип'ятимо протягом 5 хвилин.

3) Зменшуємо вогонь на мінімум та додаємо, завчасно приготовлений, відвар зі прянощів. Перемішуємо.

4) Далі додаємо коров'яче молоко. Варимо на слабкому вогні до повного зникнення молочної піни. Отримана суміш повинна бути світло-коричневого кольору. Знімаємо з плити.

5) Охолоджуємо чай до температури 60 градусів. Під час настоювання (охолодження) відкривається багатий смак та аромат чаю. За вказівками аюрведи напої не можна вживати дуже гарячими, це пошкоджує організм та може призвести до дисбалансу дош.

б) Чай готовий до споживання.

Висновки:

Обґрунтовано доцільність розроблення чайних напоїв з композицією прянощів кориця, гвоздика, корінь імбиру для підтримки балансу людей різних конституцій.

Чайна композиція з чорним чаєм «Greenfield Classic Breakfast» та прянощами показала високі органолептичні показники. Відвари обраних прянощів органічно поєднуються із завареним чорним чаєм, підсилюючи його смак та аромат, не надають мутності. У замороженому стані зберігається добре із терміном зберігання до 8 днів.

Розширення асортименту зігрівуючого аюрведичного чаю з пророщеним зерном пальчикового проса та композицією «зігрівуючих прянощів» є доцільним, оскільки розширює позиції аюрведичних продуктів в Україні з оздоровленням нації та одержання прибутку.

Література

1. Амадеа Морнингстар Аюрведическая кулинария для западных стран. Перевод с английского: Айрапетян М. «Святослав», 2005, 379 с

2. Аюрведичні чаї - 12 рецептів URL : <http://www.schastie.by/zdorovie/aurchai.html>

3. Баулина, М. А. Разработка технологии кисломолочного десерта, обогащенного сывороточными белками и пророщенными бобами чечевицы / М. А. Баулина, Л. А. Силантьева // Пищевая промышленность. – 2014. – № 9. – С. 12–14.

13. РОЛЬ ПСЕВДОЗЕРНОВИХ КРУПІВ У СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЯХ ХАРЧУВАННЯ

Дзюбаненко В.,
Фурманова Ю.П., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Заклади ресторанного господарства працюють в умовах жорсткої конкуренції. Тому інновації у технології приготування страв, новітня сировина і екзотичні способи подавання страв завжди є бажаними у даній галузі.

Актуальність теми. Псевдозернові крупи є цікавим напрямом для створення інноваційних ресторанных страв. Серед них чільне місце займає кіноа – культура, знана серед прихильників здорового харчування.

Матеріали та методи. Для проведення даного дослідження були використані такі методи: порівняння, експеримент, узагальнення.

Результати та обговорення. У цивілізації інків кіноа була одним з трьох основних продуктів харчування нарівні з кукурудзою і картоплею. Плід рослини — не зернівка чи зерно, бо це дводольна рослина, а не злак, кіноа відносять до псевдозернових культур. Насіння кіноа містить більше білка, ніж зернові культури, до того ж білок є повноцінним і гарно засвоюється організмом людини. Кіноа є чудовим джерелом вітамінів В₁, В₂, В₄, В₆, В₉, Е тощо; джерелом фосфору, магнію, марганцю, міді тощо. Кіноа містить рослинні сполуки флавоноїди – антиоксиданти. Значна кількість харчових волокон кіноа стимулює роботу кишківника, нормалізує рівень глюкози, інсуліну і холестерину, справляє профілактичну дію проти серцево-судинних захворювань і діабету. Кіноа не містить глютену [2].

У процесі дослідження технології приготування кіноа можна відзначити різноманіття способів її застосування та універсальність. Продукт може стати і чудовим корисним гарніром, і бути основою для котлет, для супу чи плову (як заміник рису), бути складовою частиною салатів, інших страв та навіть основою для піци. Нами було розроблено технологію страв: салат-боул з кіноа, тофу та рослинним м'ясом, піца на коржі з кіноа, молочний пудинг з кіноа та сезонних фруктів.

Висновок. Можна стверджувати, що кіноа є високобілковим компонентом, який у комбонуванні з іншими продуктами (овочами, фруктами, молочною продукцією) може створити максимально збалансований раціон харчування.

Література

1. Кіноа: користь та шкода [Електронний ресурс]. – Режим доступу : / <https://medfond.com/korysni-produkty/korysni-vlastivosti-kinoa.html>. - Назва з екрана.

2. Healthy Whole-Grain Foods (Including Gluten-Free Options) [Електронний ресурс] / Healthline: веб-сайт. – Режим доступу : https://www.healthline.com/nutrition/-wholegrainfoods#TOC_TITLE_H_2. – Назва з екрана.

14. РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ СТРАВ

Гілічук І.С., здобувач,

Корецька І.Л., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Вступ. Основні або другі страви – страви, які майже не місять рідкої фази, проте, можуть містити підливи або рідкі соуси. Основними рецептурними складовими можуть бути різноманітні продукти харчування: риба, м'ясо, птиця, субпродукти, овочі, борошно, крупи, яйця, сир і т.п.

Актуальність теми. У сучасних ЗРГ, які хочуть зберегти конкурентоспроможність на ринку, підтримується ідея здорового харчування, адже людство шукає шляхи нормалізації здоров'я через адаптацію свого раціону до потреб організму. Велика частина українських страв має підвищену калорійність і глікемічне навантаження, можна спробувати понизити ці показники шляхом заміни основних складових або додаванням продукту і зниження вмісту сировини із високим глікемічним індексом. Тому дослідження, направлені на розробку дієтичних других страв є актуальним.

Матеріали та методи. Використовували методи планування із зазначенням завдань та математичної обробки експериментальних даних, стандартні, органолептичні, показники якості готових страв.

Результати та обговорення. Для того, щоб розуміти, яку частку від добової потреби організму у основних нутрієнтах задовольняє страва, нами прораховано її харчову і енергетичну цінність (табл. 1).

Таблиця 1 – Визначення інтегрального скору по добовому забезпеченню харчової та енергетичної цінності страв

Назва страв	Добове забезпечення, %			
	по білкам	по жирам	по вуглеводам	по енергетичній цінності
Деруни зі сметаною	8	17.9	15.5	21,5
Деруни з капустою білокачанною	8	12.5	11.2	15,7
Деруни з морквою	7.7	12.5	13.5	17,4

Висновок. Використання зазначених продуктів, в якості основи для приготування дерунів розширює асортимент других страв, збагачує продукт комплексом мікронутрієнтів та дозволить розширити деєтичне меню.

Література

1. Хімічний склад харчових продуктів [Електронний ресурс] Режим доступу <https://www.studmed.ru> Дата звернення 15.05.2022 р.

2. А. с. № 96904 UA. Визначення рейтингу нових виробів (рекомендації до оцінювання нового харчового продукту) / І. Л. Корецька, О. В. Кузьмін, В. В. Польовик, Н. М. Кравчук, О. В. Неміріч // Авторське право і суміжні права. – 2020. – опубл. 26.03.2020, Бюл. № 58. –14 с.

15. ВИКОРИСТАННЯ СОЛОДОВИХ ЕКСТРАКТІВ ДЛЯ ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ ПШЕНИЧНОГО ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Стеценко Н.О., к.х.н.,
Авдєєва П.В.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Актуальним завданням виробництва хліба та хлібобулочних виробів у сфері ресторанного господарства є отримання виробів для здорового харчування з гарантованим співвідношенням компонентів, а також з використанням сировини рослинного походження.

Актуальність теми. Як джерело корисних компонентів у хлібопеченні та виробництві борошняних кондитерських виробів доцільно використовувати солодові екстракти, які містять комплекс органічних кислот, вуглеводи, мінеральні речовини, і водночас з поліпшенням харчової та біологічної цінності сприяють сповільненню черствіння виробів.

Матеріали та методи. Солодовий екстракт – це натуральний харчовий продукт, який виготовляється з пророслих зерен злакових культур (солода) ячменю, жита тощо. Він багатий на незамінні амінокислоти, редукувальні цукри, вітаміни групи В, фосфор, калій та інші мінеральні речовини, які сприятливо впливають на здоров'я людини. До позитивних властивостей солодового екстракту слід також віднести його антиоксидантну активність, легку засвоюваність організмом та можливість створення виробів з функціональною спрямованістю [1].

Результати та обговорення. Житньо-солодовий екстракт додавали на етапі замішування тіста. Завдяки зростанню кількості цукрів у тісті прискорюється процес бродіння, забезпечується рум'яне забарвлення скоринки, солодкий присмак хліба та гарний колір м'якушки.

Були проведені розрахунки харчової та біологічної цінності пшеничного хліба, до складу якого внесено 5% житньо-солодового екстракту до маси борошна. Було встановлено, що при споживання такого хліба у рекомендованих кількостях інтегральний скор по білку становить 17,1 %, по вітаміну В₁ – на 12,3 %, по лейцину на 13,4 %, по фенілаланіну – на 13,1 %. Крім того, збагачений солодовим екстрактом хліб є функціональним продуктом за вмістом заліза та магнію, добові потреби в яких будуть забезпечені на 12,4 % та 11,6 % відповідно.

Висновок. Використання житньо-солодового екстракту при виробництві пшеничного хліба та хлібобулочних виробів дозволяє скоротити тривалість процесу бродіння, поліпшити органолептичні властивості готової продукції та надати їй функціональної дії.

Література

1. Сильчук, Т. А. Використання житньо-солодового екстракту у виробництві хліба / Т. А. Сильчук, Т. П. Голікова // Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпечність продуктів : матеріали V Всеукраїнської наук-практ. конф. – Львів: Львів. ін-т економіки і туризму, 2013. – С. 92–94.

16. ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС

Польовик В.В., к.т.н. ст. викл.,
Березова Г.О., асит.,
Корецька І.Л., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Безперечно здатність захисників України виконувати бойові завдання багато в чому залежить від оснащення та умінь користуватися сучасною бойовою технікою. Запорукою нормального самопочуття та здоров'я військовослужбовців залежить від організації їх харчування. Тому питання харчування можна розглянути як питання обороноздатності. І як що військовий ситий, він має можливість виконати бойові завдання, оскільки їжа забезпечує високу працездатність та є запорукою здоров'я бійця.

Атуальність теми. Сьогодні у військових частинах, що дислокуються в тилу та на передові існує організація харчування за системою аутсорсингу, за каталогом та ін. Організація харчування – це система, за якої суб'єкт господарювання постачає харчові продукти (за каталогом), затверджені наказом Міністерства оборони України. При цьому спеціалізована служба в військовій частині проводить закупку, збереження продуктів, формує меню, готує страви та забезпечує військових окремими стравами самостійно. У тих військових частинах, де донедавна організовували харчування за системою аутсорсингу, і де головною проблемою переходу на нову систему за каталогом була відсутність підготовлених фахівців продовольчої служби, нині використовують дві послуги: з доставки продуктів за каталогом, і з організації та приготування солдатського меню.

Гаряче повноцінне харчування: сніданок, обід, вечеря з десертами, фруктами – головна задача по забезпеченню основних потреб для військових. Такий підхід є пріоритетним, як при постійні дислокації, так і на передові.

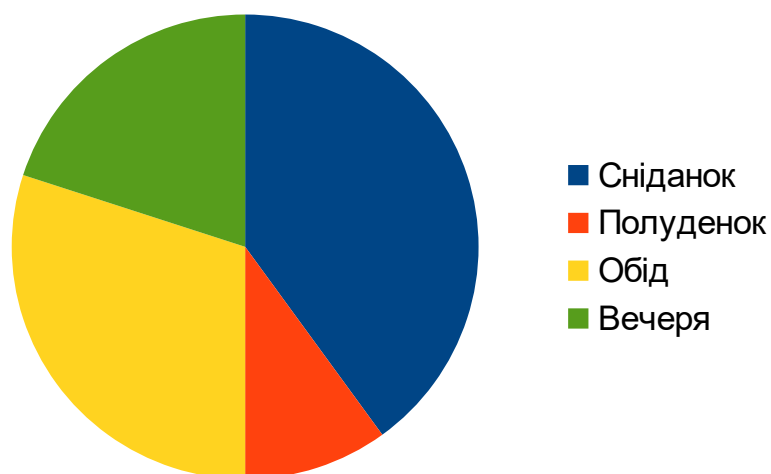


Рисунок 1 – Рекомендований добовий режим харчування

Для нормального самопочуття захистника Вітчизни важливе значення має харчування, в раціоні якого також підтримується оптимальний баланс мікроелементів і вітамінів та присутні біологічно-активні речовини.

До значної кількості раціонів сухих військових добових пайків включено галетне печиво, сухарі, кава, чай та цукор - продукти високої енергетичної цінності з низьким вмістом біологічно активних речовин. Правильно збалансоване харчування передбачає вибір і грамотне поєднання продуктів, їх обробку, час вживання. Збалансоване харчування має бути різноманітним, а його організація може бути за такою схемою:

✓ Сніданок – 40% від загальної добової калорійності (складаються переважно з білків і вуглеводів);

✓ Перший сніданок — повинен бути не більше 100 ккал (білки, або вуглеводи);

✓ Обід — складає до 30% загальної калорійності (білок і рослинна їжа: овочі та фрукти);

✓ Вечеря — вміщує 20% від загальної калорійності (забезпечення переважно з білком, які легко засвоюються, наприклад, риби, молочним продуктам або рослинним білком, овочі і фрукти).

При виконанні довготривалих військових завдань, де немає можливості організувати гаряче харчування використовують сухі пайки, що складаються з сніданку, обіду, вечері і є додатковою формою харчування. Їх асортимент є різноманітним, здатним забезпечити збалансованість раціону за вмістом білків, жирів та вуглеводів. В інших ситуаціях можна використати сухий пайок проміжного харчування, розрахований на одноразовий або двохразовий прийом їжі.

Результати та обговорення. Великий потенціал для розробки нових продуктів харчування функціонального призначення є екструдовані харчові продукти, що можуть стати на заміну печива, сухарів. Технологія виробництва екструзійних харчових продуктів передбачає можливість зміни кінцевого продукту на молекулярному рівні. Для забезпечення продуктів високої харчової цінності є Пропозиція до розробки нових екструдованих продуктів створення збалансованих функціональних продуктів здатних впливати на фізіологічний стан людини.

Висновок. Дані продукти харчування можуть бути розроблені так, щоб мати фізіологічні переваги та / або знижувати ризик хронічного захворювання, що перевищує основні харчові функції, і можуть бути подібними за звичайною їжею і споживатися як частина звичайної.

Література

1. Пересічний М.І., Кравченко М.Ф., Григоренко О.М. Харчування людини і сучасне довкілля: теорія і практика: монографія - Київ: КНТЕУ, 2003.

СЕКЦІЯ 3
**«Адаптація готельно-ресторанного
бізнесу до реалій сьогодення»**

1. УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ КОМПЛЕКСОМ В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

Полінкевич О.М., д.е.н., професор,

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Вступ. Важливого значення набувають нові методи управління готельно-ресторанними комплексами. В сучасному світі готельно-ресторанні комплекси все частіше змушені адаптуватися до змінних умов.

Актуальність теми. Актуальність цього питання посилюється через те, що у світі почастишали кризи. Крім того в Україні назрів збройний конфлікт, який триває з 2014 року. Все це негативно позначається на діяльності готельно-ресторанних комплексів, що вимагає розробки нових підходів до управління ними.

Матеріали та методи. В умовах збройного конфлікту важливо застосувати підхід із енергозбереження до управління готельно-ресторанними комплексами. Проблематикою дослідження займалися Миколук О., Вахович І., Ліпич Л., Полінкевич О., Хілуха О., Кушнір О., Камінські Р. Метою роботи є окреслення інноваційних напрямів управління готельно-ресторанними комплексами в умовах збройних конфліктів та протистоянь. Основним інноваційним підходом до управління є забезпечення енергоефективності. У процесі дослідження використовувалися загальнонаукові та специфічні методи, серед яких: критичний аналіз, синтез, наукова абстракція, узагальнення та порівняння.

Результати та обговорення. Управління готельно-ресторанним комплексом на засадах енергоефективності повинна включати такі основні блоки:

- 1) аналізування зовнішнього середовища, врахування ризиків та небезпек;
- 2) розробка альтернативних джерел отримання енергії з використанням енергії термальних вод, сонячної та вітрової;
- 3) розробка стратегії управління енергоефективність;
- 4) визначення проблемних моментів у діяльності готельно-ресторанним комплексом;
- 5) оцінювання ефективності реалізації концепції енергоефективності в умовах збройного конфлікту.

При формуванні стратегії енергоефективності повинно бути враховані такі основні елементи, як:

- 1) визначення цілей енергоефективності;
- 2) вибір підходів до реалізації енергоефективності;
- 3) окреслення інструментів енергоефективності;
- 4) розробка програм, проєктів та планів забезпечення енергоефективності;
- 5) реалізація стратегії енергоефективності;
- 6) моніторинг та оцінювання проміжних етапів енергоефективності.

При реалізації стратегії енергоефективності варто обирати такі основні види стратегії, як:

- 1) стратегія випереджальної протидії негативним змінам;

- 2) стратегія адекватної відповіді на ризики та небезпеки у суспільстві;
- 3) стратегія захисту та оборони від негативного та агресивного впливу зовнішнього внутрішнього середовища.

На рис. 1 показано схему управління готельно-ресторанним комплексом в умовах збройного конфлікту.



Рисунок 1 – Схема управління готельно-ресторанним комплексом в умовах збройного конфлікту

Висновок. В умовах збройного конфлікту перехід готельно-ресторанних комплексів на альтернативні джерела енергії є важливим та актуальним процесом. Ці комплекси мають власну уже економічну політику, яка формує стратегію діяльності. Проте стратегія діяльності повинна постійно коригуватися. Розробка стратегії має бути своєчасною та адекватною. Внутрішня енергетична незалежність є сильною стороною, яка в умовах збройних протистоянь нівелює негативний вплив зовнішнього середовища та зробить підприємство економічно незалежне та конкурентоспроможне.

Література

1. Миколок О. Управління готельно-ресторанним комплексом на засадах енергоефективності. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2021. № 4(2). С. 268–282. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.4.2.2021.249079>
2. Вахович І., Ліпич Л., Полінкевич О., Хілуха О., Кушнір О. Організаційна культура в контексті стратегії розвитку фірми. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2021. Випуск 61. С. 254–264. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.61.0.6121>
3. Полінкевич О., Камінські Р., Ліпич Л. Управління економічно поведінкою підприємства в умовах соціально-психологічної напруги. Вісник Львівського університету. Серія Економічна. 2021. Вип. 61. С. 214–224. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.61.0.6117>
4. Полінкевич О.М. SMM-просування інноваційних послуг у готельно-ресторанному бізнесі в умовах COVID-19. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2021. Т.4, № 2. С. 206–222. DOI: 10.31866/2616-7468.4.2.2021.249066 http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci_2021_4_2_3

2. ВІДПОВІДЬ СФЕРИ ПОСЛУГ НА ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЇ РЕСТОРАННОЇ АСОЦІАЦІЇ

Скринник І.М., магістрант,
Дич Д.В., здобувач вищої освіти,
Зуйко В.І., к.т.н., доц.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вітчизняна сфера гостинності в умовах сьогодення піддається значному впливу величезної кількості зовнішніх і не меншої кількості внутрішніх негативних чинників. Якщо у 2020-2022 рр. індустрія гостинності загалом та ресторанний бізнес зокрема суттєво постраждали від пандемії SARS-CoV-2, що змінило пріоритетність та структуру закладів ресторанного господарства (ЗРГ), вивівши на передній план якість, безпеку та мобільність послуг, то 2022 рік, надзвичайно трагічний для України, знову змусив відповідальних рестораторів та представників галузі адаптовуватися та швидко реагувати на заклик суспільства.

Варто зазначити, що навчені швидко реагувати на кон'юнктуру ринку незліченною кількістю різнопланових криз у попередній час вітчизняний ресторанний бізнес цього разу відреагував надзвичайно швидко. Вже у перші дні війни франчайзингові компанії, асоціації та просто окремі ЗРГ акумулювали свої людські та матеріальні ресурси і стали вартою підтримки тих, хто захищає країну безпосередньо. Так, вже 25 лютого було створено волонтерську організацію «Смачна варта», засновано командою UA Restorator та Українською ресторанною асоціацією, що об'єднала навколо себе значну кількість компаній, які у співпраці впродовж 2-х місяців змогли організувати понад 971 гарячих обідів для тих, хто цього сьогодні потребує.

Українська ресторанна асоціація – громадська організація, яка у попередній час об'єднувала, допомагала та просувала ідеї та закони, направлені на урегулювання діяльності та допомогу українському ресторанному бізнесу, збрала довкола себе колаборацію зі значної кількості організації галузі харчування, надання послуг, серед яких «МХП», «BMSERVICE», «Кнайпа Про Сервіс», «Aroma Espresso Bar UA», «Mars Ukraine», «Мікролюб», «Новий проект», «Наша Ряба», «Флагман», «Промастер», «Маресто», «СЕО club», «Uklon» «World Central Kitchen», «Leaders Club» та інші вітчизняні та закордонні гідні поваги компанії [1]. Побідна співпраця дозволяє вирішувати нагальне і щоденне питання – харчування. Також це робота та зайнятість для фахівців, яким не байдужа доля своїх Батьківщини, що в нинішніх умовах надзвичайно важливо.

Висновок. Ресторанний бізнес – це не лише про сервіс, а про розуміння своєї відповідальності і місії. Пишаємося тим, що саме такий бізнес, об'єднаний Українською ресторанною асоціацією та «Смачною вартою», є в Україні.

Література

1. Електронний ресурс: <https://www.uara.org.ua/>

3. ШЛЯХИ АДАПТАЦІЇ СУЧАСНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ДО ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

Запорожан А.Л., магістрант,
Ломако Є.В., здобувач вищої освіти,
Зуйко В.І., к.т.н., доц.,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Сьогодення ставить надзвичайно важкі виклики перед українським суспільством в цілому та індустрією гостинності зокрема. У 2020-2021 рр. перед рестораторами постало питання адаптації до умов пандемії через спалах захворюваності на SARS-CoV-2, неможливості потенційних споживачів відвідувати заклади ресторанного господарства (ЗРГ) безпосередньо, що спровокувало кризу та скорочення робочих місць та поставило нові виклики. Дійсно, частина підприємств перестало існувати через неможливість впровадження інноваційного підходу до управління, але більшість галузі адаптувалась та видозмінилась. Основними шляхами до змін стали впровадження наступних технологій:

- диджиталізація (трансформація, впровадження цифрових технологій з метою оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, покращення комунікаційних зв'язків зі споживачами та підвищення ефективності господарської діяльності [1]);
- мультиканальність (стратегія, відповідно до якої, споживач купує послуги через різні канали (online та offline), які не взаємодіють між собою);
- розвиток Casual та Luxury-сегментів ринку, розширення переліку підприємств, які працюють за крафтовими технологіями, а також популяризація lokal food та зростання сегменту ЗРГ, які орієнтовані на національну на регіональну кухню;
- гібридизація простору, що дозволяє надавати послуг з виготовлення продукції, її реалізації та організації споживання у ЗРГ та поза їх межами;
- зменшення об'єму меню, що дозволяє нівелювати швидку зміну персоналу, втрату у рівні його підготовки;
- зміна акценту на якість послуги з кількості. Зокрема підвищені вимоги до чистоти, безпечності, демонстраційне презентування цих показників гостеві. Не останню роль тут відіграє впровадження системи менеджменту якості НАССР;
- збільшення значення і потужності систем доставки продукції (delivery-сегмент). Розвиток закладів категорії Dark-kitchen, що дає нове життя для підприємств типу фабрика-кухня, фабрика заготівельна та домашня кухня.

Серед перерахованих тенденцій особливе місце належить доставці. Саме швидке впровадження цієї системи врятувало суттєву частину робочих місць у ЗРГ.

Висновок. Отже швидке реагування на виклики ринку, готовність до стресування економічної ситуації дозволяє сучасній індустрії гостинності бути прогресивною сферою успіху.

Література

1. Osmundsen K., Iden J., Bygstad B. Digital transformation: drivers, success factors, and implications. The 12th Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), Corfu, Greece. 2018.

4. ВІДПОВІДЬ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ

Маршаленко М.П., аспірант
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м.Київ

Подорожі є одним із найпотужніших інструментів для підтримки миру та культурного взаєморозуміння між людьми. З метою створення безпечного, привітного світу для всіх, міжнародні готельні компанії мають гуртуватись навколо сталої політики щодо подорожей та програм підтримки, які дозволяють людям правильно відкрити та зрозуміти інші культури. Таким чином компанії прагнуть підтримувати та поважати права людини в усіх сферах діяльності готелів, незалежно від країни. Розглянемо практичний приклад керування соціокультурними проблемами на прикладі міжнародної готельної мережі Marriott. Компанія визначила та закріпила наступні цілі:

1. До 2025 року 100% співробітників, які працюють у компанії, пройдуть спеціалізовані тренінги з дотримання прав людини, у тому числі з питань поінформованості про торгівлю людьми, політику та практику відповідального пошуку співробітників та прозорого працевлаштування.

2. Розширять тематику тренінгів і ресурси, розроблених Marriott та її партнерами з громадського сектору, для ще більшої обізнаності стейкхолдерів, розробляючи оновлені тренінги та ресурси для задоволення потреб згідно нових тенденцій.

3. До 2025 року посприяти мирному світу за допомогою подорожей, інвестуючи щонайменше 500 000 доларів США в партнерства, які стимулюють, оцінюють та покращують престиж ролі туризму для культурного розуміння.

Заради досягнення поставлених цілей компанія запровадила такі кроки: тренінг з питань боротьби торгівлі людьми тепер є обов'язковим для всіх співробітників, які працюють як в керованих, так і у франчайзингових об'єктах.

Майже 825 000 співробітників у всьому світі пройшли тренінг з поінформованості про торгівлю людьми з моменту його запуску в 2016 році.

Більше 375 000 інших співробітників готелю пройшли тренінг з питань торгівлі людьми, оскільки він був доступний у відкритому доступі через ESRAT-USA та American Hotel and Lodging Association

Висновок. Сучасні мережеві компанії сягають успіху в цьому напрямку через партнерства з некомерційними організаціями, створюючи та впроваджуючи тематичні тренінги, адвокацію та підзвітність постачальників.

Література

1. Serve 360 Marriott Journal. URL: <https://serve360.marriott.com/> (дата звернення: 12.05.2022)

5. РОБОТА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Мирошник Ю.А., к.т.н.
Доктор В. С.

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. 24 лютого 2022 року по всій території України, указом президента України №64/2022 В. Зеленського було введено воєнний стан. Розгортання повномасштабної війни на якийсь час паралізувало абсолютно всі сфери життя кожного з нас та країни в цілому.

Актуальність теми. Ресторанний бізнес зазнав трансформації, а українські ресторатори змушені були вчитися працювати в нових реаліях – реаліях воєнного часу. Після того, як минув перший шок від усвідомлення початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, бізнесмени різних сфер діяльності стали всіляко допомагати бійцям ЗСУ, ТрО та цивільному населенню. Працівники ресторанного бізнесу теж не лишилися осторонь.

Матеріали та методи. З метою дослідження роботи ресторанної індустрії в період воєнного стану було проведено аналіз публікацій з обраної теми.

Результати та обговорення. Заклади ресторанного господарства (ЗРГ) з перших днів воєнного стану відкрили власний – кухонний – фронт. Багато ЗРГ почали безкоштовно готувати їжу для солдатів та місцевих жителів, переселенців. Крім того ресторани, кафе, кав'ярні та інші заклади гостинності збирали провіант чи перетворилися на склади для зберігання продуктів. Наприклад, персонал закладу «Сім'я ресторанів Дмитра Борисова», за словами Д. Борисова, з перших днів війни годує ЗСУ, територіальну оборону, ДСНС, клініку Амосова та «Охмадит», літніх людей та дітей, які цього потребують. Ресторанна компанія First Line Group у Києві та Харкові окрім підготовки обідів для військових і лікарів, збирали продуктові набори для літніх людей та евакуйованих сімей з передмість Києва, надсилали гуманітарну допомогу в Чернігів.

Поступово все більше ЗРГ відновлюють свою роботу, в порівнянні з початком березня 2022. Це дозволяє не просто підтримувати економіку країни, а й забезпечувати найманих працівників заробітною платою. Звичайно, більшість відкритих ЗРГ працюють на території західних областей України, де немає активних бойових дій. Але слід зазначити, що з часом у тих населених пунктах, де зменшився ризик загрози, також підвищується відсоток працюючих закладів. Підприємства ресторанного господарства приймають гостей у торговельних залах за скороченим графіком або працюють на виніс.

Висновок. Отже, ресторанний бізнес в Україні продовжує працювати та розвиватися навіть за таких складних умов, як повномасштабна війна. ЗРГ є невід'ємною частиною українського економічного та громадського життя. Відновлення їх роботи допомагає стабілізувати економічну ситуацію в країні та забезпечує харчуванням усіх, кому це необхідно.

СЕКЦІЯ 4
**«ГОСТИННІСТЬ І СЕРВІС: ДОСВІД,
ОСОБЛИВОСТІ СЬОГОДЕННЯ,
ПЕРСПЕКТИВИ»**

1. МОНІТОРИНГ РИНКУ ПОСЛУГ ТА КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «36 ПО» В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Білодід А.А. студентка

Паска М.З. д.вет.н.,

Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського

(ЛДУФК ім. Івана Боберського), м. Львів

Вступ. Сучасне життя передбачає існування великої кількості суб'єктів, які пропонують споживачам різні матеріальні блага та послуги. Успіх промислового підприємства залежить від можливостей пристосовуватись до ситуації зовнішнього середовища, як у нашому випадку - війни. У надзвичайно насиченому конкурентами швидкозмінному ринку виживає і процвітає таке промислове підприємство, яке швидше пристосовує свою ринкову стратегію і отримує конкурентні переваги.

Актуальність теми. Набуття конкурентних переваг можливе при запровадженні таких інтелектуальних технологій як маркетинг, логістика, управління персоналом, управління якістю продукції і послуг та ін. Питання оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства є предметом досліджень вчених: А Аветісова, В Корсекіна, Г П'ятницької, Паски М., Голод А., Гузар та ін.

Специфіка діяльності закладів ресторанного господарства пов'язана з такими особливостями: особливості товару, як об'єкта діяльності закладу ресторанного господарства; особливості ринку, як середовища функціонування підприємств ресторанного господарства; особливості клієнтів, гостей закладів ресторанного господарства, що зумовлює потребу постійних дослідженнях споживачів для визначення їх переваг. Отже, необхідно постійно вивчати ринок, для визначення їх переваг на ринку.

Метою даної роботи є: дослідження та обґрунтування теоретичних аспектів щодо сутності конкурентоспроможності під час воєнного стану, а також вивчення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що здійснюють вплив на конкурентоспроможність ресторанного комплексу «36По» в умовах ринкового середовища.

Матеріали та методи. В ході дослідження використовувався метод теоретичного узагальнення та порівняння, зокрема при проведенні аналізу зібраної статистичної та аналітичної інформації.

Результати та обговорення. Конкурентоспроможність у наш час - це невід'ємна складова будь якого діючого на ринку підприємства. Конкурентоспроможність підприємства - це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу. Тобто, конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку.

Аналізувати аналогічні заклади по вулиці Площа Ринок важко, тому що їх як таких немає. «36 ПО» унікальний ресторан з унікальним приготуванням українських страв, хоча в центрі міста є багато ресторанів та кафе з українською кухнею, але в 36По вона інтерпретована по-новому, за усіма зразками сучасних технологій. Але від початку війни популярність ресторану впала, так як під дією зовнішніх чинників, на певний період часу заклад був змушений зачинитись. Тим самим втратив своїх постійних клієнтів. Але після довготривалої перерви ресторан відновив роботу, у скороченому режимі, тобто функціонування тільки першого, другого та п'ятого поверху, без дозволу на продаж міцних алкогольних напоїв та скороченим меню. Фактор завантаженості ресторану є досить високою, незважаючи на те, що «36По» не єдиний заклад на Площі Ринок із цікавою концепцією, він і надалі набирає популярності так, як і в довоєнні часи. Також важливим фактором такої наповненості ресторану туристами, є велика кількість тимчасово-переселених людей, які знайшли свій прихисток у Львові, тим самим піднімають рентабельність закладу. «36 ПО» розташований на Площі Ринок на вулиці Площа ринок 36. Завдяки тому, що через цю вулицю проходить популярний туристичний маршрут, гостями ресторану зараз є туристи зі всієї України, і не тільки. Розташування на такій вулиці робить це місце популярним серед молоді та родин, які відпочивають та гуляють на площі. Через введення воєнного стану виникають труднощі, які активно вирішуються, а саме: оптимізуються витрати та асортимент продукції, яка приносить малий прибуток; вирішується питання про співпрацю з навколишніми офісами та залучення потенційних гостей до програми лояльності закладу. Окрім цього, коректується меню, згідно сезонності та потреб споживачів. В майбутньому заклад планує розвиватися і виходити на новий рівень. залучати все більше клієнтів смачною та цікавою їжею та напоями, новими акціями та фішками закладу, які будуть цікаві відвідувачам закладу.

Висновок. Обґрунтовано доцільність, маркетингової стратегії, для уникнення великих та непотрібних затрат, залучивши при цьому широке коло споживачів та за максимально короткий час отримати окупність проекту та чистий прибуток, незважаючи на складне становище.

Література

1. Проблеми формування іміджу підприємств індустрії гостинності в умовах пандемії / Гузар. У. Є., Голод А. П., Паска М. З., Феленчак Ю. Б., Стахів І. М. // *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. - 2021. - Vol.3, n. 38. - P. 447-455
2. The Influence of the Third Parties Organizations Activities on the Efficiency of the Tourism Services Market Entities / Mariia Paska, Anatolii Konokh, Viktoriia Kiptenko, Serhii Bodnar // *The importance of new technologies and entrepreneurship in business development : in the context of economic diversity in developing countries : the impact of new technologies and entrepreneurship on business development*. - 2021. - P. 731-741.
3. П'ятницька, Г. Т. Стратегії розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. -2021. 1 (2), С.40-48. <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-2-5>.

2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ КОМПЛЕКС «ТУНЕЛЬ КОХАННЯ TUNNEL OF LOVE» : ДОСВІД, ОСОБЛИВОСТІ СЬОГОДЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Яковишина М. С.,

Климюк Д. М.

*Національний університет водного господарства та природокористування
(НУВГП), м. Рівне,
Готельно-ресторанний комплекс «Тунель кохання Tunnel of Love»,
сmt Клевань*

У сучасному світі існує значна конкурентна боротьба у готельно-ресторанній індустрії. Не загубитись серед одноманітних готелів, кафе та ресторанів допомагає вдала концепція закладу. У період пандемії, яка значно вдарила по туристичній та готельно-ресторанній сфері, важливо було дотримуватись карантинних обмежень. Військовий час вимагає від закладів втілення гуманітарної концепції – створення позитивного іміджу готелю та ресторану на морально-етичному рівні, формування позитивних емоцій від спілкування з персоналом закладу.

Концепція ресторану чи готелю повинна відповідати місцю, де знаходиться даний заклад, а місцезнаходження – відповідати його концепції. Готельно-ресторанний комплекс «Тунель кохання Tunnel of Love», розташований в сmt Клевань Рівненської області, має власну концепцію, яка гармонійно поєднується із його місцезнаходженням – поряд із однойменною романтичною туристичною локацією України [1, 3].

Основою для публікації став аналіз діяльності готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love», розташованого у сmt Клевань, до початку військових дій на території усієї України та у військовий час.

Ресторан готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» являє собою арт-об'єкт, де створена інсталяція залізничної колії, зал оздоблений колекцією антикварних залізничних ліхтарів та іншими автентичними експонатами на залізничну тематику, зокрема, колекційними тарілками із різними видами поїздів та паровозів. Готель Tunnel Of Love також користується популярністю серед туристів і постійно отримує схвальні відгуки. Варто відзначити, що третій рік поспіль готель тримає високий рейтинг на Booking.com. Зокрема, у 2022 році за виняткову гостинність Hotel Tunnel Of Love отримав 9,6-оцінку-нагороду у рамках Traveller Review Awards — щорічної заохочувальної програми Booking.com [2].

Концепція готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» підтримується розміщеними у його приміщеннях арт-творами та проведенням низки мистецьких заходів. Зокрема, даний заклад проводить постійні виставки картин з бурштину, картин рівненських та українських художників, які туристи мають можливість придбати. На прилеглий території готельно-ресторанного комплексу неймовірно мальовничі краєвиди, тому власники постійно співпрацюють із мистецькими об'єднаннями та у довоєнний

час організували пленери, концерти, фестивалі, нагородження та інші масові заходи.

Так, у травні 2019 та 2021 років на території Тунелю кохання проходив фестиваль Злата Фест - Золоті таланти України. Також 2019 року на прилеглий до готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» був організований пленер «Світ очима художників». У 2020 році, в період пандемії, на відкритому повітрі із дотриманням карантинних вимог було організовано проведення презентації журналу «Рівняни» [3].

Мальовнича туристична пам'ятка Тунель Кохання приваблює велику кількість співаків, художників, журналістів. Восени 2021 року готельно-ресторанний комплекс «Тунель кохання Tunnel of Love» брав участь у програмі «Мандруй Україною з Дмитром Комаровим» від «1+1», зйомках телевізійного готельного реліті проєкту «Ревізори на порозі» для Нового каналу та у зйомках кліпу відомого співака з Туреччини Bülent Serttaş.

Військовий час наніс збитки діяльності більшості підприємств України. На початку військової агресії проти України готельний фонд західних областей приймав надмірну кількість біженців. У тримісних номерах Hotel Tunnel Of Love в окремі дні розміщались 9 осіб. Варто зазначити, що кілька тижнів після 29 квітня 2022 року внаслідок авіаудару по нафтобазі, розташованій у Клевані, повітря селища та території готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» було насичене шкідливими речовинами, що утруднювало дихання та загрожувало здоров'ю місцевих мешканців і гостей. Адже, сажа, утворена від горіння нафтопродуктів є одним з найнебезпечніших канцерогенів.

На перспективу, після Перемоги, на основі державно-приватного партнерства, на території Тунелю кохання планується відкрити Арт-простір, у якому регулярно проходитимуть експозиції, виставки, презентації доробків талановитих українських митців сьогодення. Українські та іноземні туристи зможуть відкрити для себе мистецький потенціал нашого краю, як якісного культурного продукту, який сприятиме формуванню української ідентичності та створенню позитивного іміджу України. Іноземні туристи щиро цікавляться українськими національними традиціями, мистецтвом і культурою, а після завершення військових дій очікується збільшення попиту на відвідання українських DESTINATION.

Отже, готельно-ресторанний комплекс «Тунель кохання Tunnel of Love» має значні перспективи у залученні туристів за рахунок вдалого місцезнаходження та орієнтації на мистецтво та культурну спадщину.

Література

1. Яковишина М. С., Климюк Д. М. Перспективи готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» на ринку весільного туризму. *Туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. міжн. наук.-практ. конф., 15-17 березня 2018 р. Рівне : видавець О. Зень, 2018. С. 312-316. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/8881/>
2. Hotel Tunnel of Love. *Booking.com* : web site. URL: <https://cutt.ly/YNpr6EO>.
3. Тунель кохання - заміський відпочинковий комплекс. URL: <https://www.facebook.com/tunnel.of.love.hotel/>

3. НОВА ФІЛОСОФІЯ ПІДХОДУ ДО ОФОРМЛЕННЯ МЕНЮ

Семенчук І.В., студ.

Кудельський В.Е., доц. канд. екон.наук.

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова (ХУУП), м. Хмельницький

Успішна діяльність закладів залежить в основному від меню, оскільки воно є візиткою та стилем іміджу, який чітко та лаконічно виділяє характер закладу, його аудиторію та категорію споживачів. Основа закладу – це каталог кулінарних ідей та спосіб представити його клієнтам.

Меню — це асортимент їжі, яка пропонується в ресторанному бізнесі. Меню створюється з включенням класифікації та плану роботи закладу. Саме ординарний та оригінальний стиль, подача та зовнішній вигляд, смаковий характер та дизайн – все це залежить від якісного меню.

Якісне меню – це стиль та вигляд правильних позицій, ціни, описи та сама документація. До речі, в готове меню можна включити не лише фаст-фуд, а й дорогі страви. Деякі інноваційні заклади застосовують інформаційно-технічні монітори з керуванням за допомогою дотиків або жестів, щоб споживачі могли читати меню та робити замовлення. Щоб знизити витрати часу, у таких закладах запроваджено меню електронного формату.

Комп'ютерне меню – це меню інтерактивного зображення, реалізоване за допомогою екрана із сенсором, який розміщується на столі, де сидять гості. Це меню має багато переваг як для споживачів, так і для рестораторів. Електронні засоби меню є досить ефективними при організації складних різновидів харчування, оскільки відвідувачі можуть доповнити власні смаки з калорійністю страв, сніданку, обіду, вечері.

Замовлення клієнта відразу відправляється менеджером кухні та їдальні і тому, ймовірність помилок замовлення знижується, що відносно покращує рівень обслуговування та скорочує період здійснення замовлення. Комп'ютерне забезпечення електронного меню дозволяє відвідувачам розважатись, читати різного виду інформацію, жарти, слухати мелодії або дивитися відео в очікуванні свого замовлення.

Електронне меню подібне до паперового, що дозволяє власникам бізнесу в будь-яку годину легко додавати або видаляти потрібні елементи зі списку за категоріями. Вам не доведеться марнувати час і гроші на послуги художників та конструкторів щоразу, коли вам потрібно доповнити або змінити своє меню.

Програма пропонує можливість зробити власну установку, включаючи елементи дизайну та візуалізації. Постачальники електронного обладнання надають якісні послуги з об'єднання та оформлення комп'ютерного меню в закладах приготування їжі, створюючи нові передові технології та рекламу в закладах.

Меню можна назвати невід'ємною частиною високої вечері. Це не просто список страв і напоїв. Чим красивіше та креативніше буде меню, тим кращий ефект буде сприйнятий від відвідувачів.

Переліком прикладів креативного меню є:

Pelican – аби відокремити незвичність ресторану чи кафе, розробники дизайну змішують образ особистості людини та водних мешканців;

L'Encant — це меню «чарівного» для суші-бару. Поєднання двох східних культур призводить до використання оригінальних продуктів для каталогу страв: дерев'яних кришок і кам'яного папіру.

Smith – коли вам потрібно змінювати дизайн меню свого закладу, необхідно не робити його відносно дорогим стосовно ціни та дизайну. Цікаве та відносно не дороге меню страв можна подати у вигляді великої газети, з картинками чорно-білого формату та великим і легким для прочитання текстом.

Fade St. Social – меню, яке можна прикрасити ілюстраціями, та передати характер і настрій закладу, використовуючи таку подачу меню. Наприклад, художник Steve Simpson створює веселі та неймовірні малюнки, які виділяють атмосферу барної стійки закладу.

Fat Cow зосереджується лише на яловичині, використовуючи японські методи імпровізуючої подачі.

Hubbly and Bubbly – це взагалом дитяча тематика. Кольоровий дизайн та дитячі картини доповнюють заклад приємними та водночас ідеальними для місцевого закладу враженнями відвідувачів.

Wives - це меню коктейлів, яке може бути одним із видатних. На основі концепції агентства «13 дружин», кожен коктейль — це ім'я видуманої жінки, про яку йде розповідь у книзі рецептів.

Montero - мексиканський ресторан, місцевий заклад Anargama розробив гарне меню з посиланням на колоніальний стиль, що відображає культурні цінності закладу та кухню.

Висновок. Отже, меню — це не лише «обличчя ресторану», але й тема особливої самоповаги. Кожен заклад створює по-особливому своє меню, утворюючи історію та імідж ресторану.

Література

1. Палько Н.С. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації, тренди та перспективи індустрії гостинності» (м. Львів, 12 грудня 2019 р.). Львів: ЛТЕУ, 2019. 192 с. С.65-67.

2. Солдатенков Д.В. Сучасний ресторан: нові формати. - М.: Ресторанні відомості, 2006. - 144 с.

4. РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Олефіренко М.В., ст. викладач,
Король О.Ю., викладач

*Київський кооперативний інститут бізнесу і права
(ККІБП), м. Київ*

Вступ. Одним із шляхів забезпечення економічного зростання в Україні є розвиток туризму, адже туризм у сучасному світі є важливим фактором економічного розвитку та способу життя. Відповідно, стрімкий розвиток туризму прискорив розвиток готельного та ресторанного господарства. За нинішньої ситуації переходу України до ринкової економіки в кожній галузі вона шукає нові методи та методи виробництва, аналізуючи поточну ситуацію та підсумовуючи майбутні перспективи. Ці процеси характерні також для готельно-ресторанного бізнесу, метою якого є отримання прибутку, надаючи різні послуги у вигляді житла, харчування, транспорту та інших послуг.

Актуальність проблеми. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки даній галузі Україна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Він забезпечує підтримку двох десятків суміжних галузей та створює більше можливостей для працевлаштування. Метою досліджень 30 є представлення стану та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Результати досліджень. За природними та історико-культурними ресурсами, які залучають потенційних вітчизняних та іноземних туристів, Україна займає провідні позиції в Європі. Готельно-ресторанна індустрія як матеріальнотехнічний фундамент туристичної галузі сильно впливає на рівень туристичних послуг та формування туристичної інфраструктури, тобто на розвиток торгівлі, культури та розваг [1]. Основними завданнями цієї сфери бізнесу є створення конкурентних переваг, підвищення конкурентоспроможності, пошук нових методів розвитку та розгляд розвитку динамічного ринку готельно-ресторанних послуг для оновлення своєї політики. Аналізуючи літературні джерела тенденцій готельно-ресторанного бізнесу, ми можемо виявити, що установи, які роблять інновації частиною свого життя та створюють нові або заново відкривають старі ринки, товари, послуги та бізнес-моделі, досягли більш швидкого зростання. Завдяки впровадженню інноваційної та ефективної системи управління готельно-ресторанна справа досягла великих успіхів [1]. В даний час, завдяки високій прибутковості та надійності бізнесу в малих містах, де мало конкуренції, в обласних центрах та регіонах створюється багато готелів, ресторанів та сучасних розважальних центрів. Успіх готельно-ресторанного бізнесу завжди був пов'язаний з необхідністю виявлення та мобілізації людських можливостей виконавців та споживачів шляхом створення нових ролей чи нових зв'язків або збереження їх знань та навичок у взаємодії між виконавцями та споживачами. Розробка та впровадження різних інновацій надають компаніям конкурентні переваги, які в деяких випадках

неможливо або важко відтворити. З іншого боку, завдяки впровадженню нових технологій обслуговування або нових концепцій, які конкуренти не можуть швидко скопіювати, інноваційні розробники користуються отриманими перевагами. Аналізуючи тенденцію розвитку готельно-ресторанного бізнесу України, можна виявити, що порівняно з європейськими та азіатськими компаніями, що займаються туризмом та відпочинком, конкурентоспроможність вітчизняних готельних компаній з кожним роком знижується. Туристичний потік щороку зменшується, що не робить готельно-ресторанний бізнес особливо задовільним. На жаль, у сучасній регіональній економіці інвестиційні можливості не повністю враховуються та реалізуються задля розвитку комплексів дозвілля та туризму, житлових приміщень, особливо, готелів.

Стратегічне управління є важливим фактором для успішного функціонування компаній у складних ринкових умовах, проте у діяльності готелів та ресторанів часто виявляється відсутність стратегії, що може призвести до провалу в конкурентному середовищі. Ключем до вирішення цієї проблеми є використання сучасних механізмів стратегічного управління [1]. Другий спосіб задовольнити інвестиційні потреби готельно-ресторанного господарства – це забезпечити вигідну роботу готелю або ресторану та акумулювати власні кошти для розвитку. Практика готельного та ресторанного бізнесу, галузева конкуренція, економічні реалії з їх складними внутрішньогосподарськими умовами та відносинами значно ускладнюють підприємницьку діяльність на ринку послуг, що веде до нової моделі її розвитку. Це вимагає постійного вдосконалення та поглиблення існуючих наукових теорій, включаючи перегляд методів та принципів управління в регіональному туризмі та розвитку бізнесу, а також адаптацію наукових концепцій та інструментів у діловому середовищі до сучасних економічних умов з урахуванням особливостей галузі. Впровадження інноваційних технологій змінює споживчий досвід, що спонукає всі сервісні організації розвиватися в період інновацій та змін. Ось чому надзвичайно важливо забезпечити систематичний та інноваційний підхід для задоволення поточних та майбутніх сподівань споживачів при наданні готельних та ресторанних послуг.

Висновки. Сфера гостинності в Україні розвивається досить повільно, оскільки їй не вистачає інвестицій. Подальший розвиток готельно-ресторанного ринку в Україні вимагає проведення ґрунтовних економічних і маркетингових досліджень, основою яких може бути аналіз фактичних показників і тенденцій діяльності готельно-ресторанних підприємств. Слід також звернути увагу на впровадження сучасних технологій, чистоту і якість обслуговування, а також привертати інвестиції. Все це посприє економічному зростанню України.

Література

1. Негода Г. А. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства / Г.А. Негода // Економіка і управління підприємствами. – 2019,– №9- 10. – с. 64-66.

5. ЛЮДСЬКИЙ РЕСУРС ЯК ЧИННИК ВІДРОДЖЕННЯ БІЗНЕСУ ГОСТИННОСТІ В КРИЗОВІ ПЕРІОДИ

Тирон О.М., к.психол.н.,

Державний університет інфраструктури та технологій (ДУІТ);

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Серед чинників, які впливають на успішність готелю є людський фактор. У відгуках гостей часто надається саме характеристика персоналу. Управління людськими ресурсами на робочому місці є вирішальним і необхідним для ефективної діяльності, щоб зуміти вижити в кризові періоди і досягти прогресу.

Ми проаналізували останні соціально - психологічні наукові публікації та дослідження в галузі готельного бізнесу. Узагальнення нових вимог до персоналу готелів та шляхів підвищення рівня їх підготовки стане *актуальним* у післявоєнний період.

Традиційно, цінний людський ресурс готельного бізнесу характеризується 1) послужливістю, 2) відповідальністю, 3) терпінням, 4) ввічливістю 5) готовністю до співпраці. До цих рис сучасні психологи додають нову рису - інноваційну поведінку. Інноваційну поведінку визначають як дії, які породжують нові корисні ідеї в організації діяльності готелю. Така інноваційна поведінка включає чотири компоненти, а саме: 1) креативність та ініціатива у застосуванні нових ідей. (Особа має вміти проводити мозковий штурм, переконувати та мотивувати інших підтримувати нову концепцію та поширювати ідею далі); 2) дослідження можливостей – знаходження можливостей для застосування нових концепцій для покращення продуктивності; 3) генеративність - зацікавленість у впровадженні нових і концепції для організації; 4) застосування нових ідей у рутинній роботі і розвиток продуктивності від таких ідей [1].

Аналіз останніх досліджень щодо викликів, пов'язаних з менеджментом персоналу готельного бізнесу здебільшого пов'язані з пандемією. Під час пандемії COVID-19 працівники гостинності стикаються з величезною кількістю стресу на роботі через зниження доходів і тісний контакт з людьми [2].

Галузь бізнесу гостинності характеризується високою міжособистісною взаємодією. Сектор туризму відомий своєю стійкістю до економічних спадів і криз і може швидко відновитися. Для кращого відновлення в період після пандемії після нульового туризму знадобиться більш тісне узгодження галузі з цілями сталого розвитку. Працівники часто розглядаються як один з найважливіших активів в організаціях гостинності через їх важливу роль у якості обслуговування, задоволеності туристів та ефективності організації. Тому сприяння гідній праці має бути пріоритетом у стратегіях управління людськими ресурсами (HRM) туристичних організацій, оскільки це важливо для мотивації, відданості та задоволеності працівників, а також якості туристичних послуг та покращення продуктивності організації [3].

Вмотивовані співробітники дозволяють досягти більш високого рівня

розвитку бізнесу. Вони готові працювати ефективніше та допомагають компанії стати більш конкурентоспроможною. Виявлені елементи, які вважаються важливими для забезпечення мотивації співробітників у роботі: 1) оточення 2) відчуття щастя 3) робоче середовище 4) воля та бажання 5) стосунки з колегами 6) інтерес до роботи 7) заробітна плата, 8) відносини з роботодавцем і, нарешті, 9) отримання нових знань.

Готель надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. За інформацією Державного агентства розвитку туризму України до ТОП-15 країн за кількістю іноземців, що в'їхали до України, увійшли: Молдова; Росія, Польща ; Румунія; Білорусь; Туреччина; Угорщина; Німеччина; Ізраїль США Саудівська Аравія , Італія Велика Британія, Індія; Азербайджан. Тому персонал має бути готовим до взаємодії з гостями цих топових країн. Неухильним правилом для персоналу готелів є поважне ставлення до культурних традицій і способу мислення гостей та виявляти готовність до спілкування. Власники бізнесу гостинності очікують персонал, здатний говорити кількома іноземними мовами і справляти позитивне враження на гостя рівнем своїх знань і гнучкістю спілкування. Що чекає персонал з точки зору психології спілкування в воєнний та особливо, післявоєнний період? Власники та менеджмент готелів рекомендують розговорити гостя, слухати його уважно. Власники готелів зазначають, що гість має відчувати себе як удома. Для того, щоб розговорити гостя, але уникнути конфліктних тем та суперечок, персоналу готелів бажано володіти знанням бажаних тем спілкування та табу на окремі теми, залежно від країни, з якої приїхав гість. Серед психологічних властивостей персоналу у післявоєнний період обслуговування особливе значення набуде усвідомлення міжкультурних та крос-культурних аспектів спілкування.

Висновок. Окрім традиційних характерних рис, які очікує менеджмент персоналу готелю, ми звертаємо увагу на нові дослідження, які рекомендують впроваджувати інноваційну поведінку. Ми підтримуємо твердження, що така поведінка допоможе у розвитку готельного бізнесу у післявоєнний період. Саме інновації допоможуть знаходити шляхи підвищення ефективності та конкурентності готелю. Окрім того, ми наголошуємо на важливості толерантності до всіх культур.

Література

1. Suwangerd R., Hareebin Y., Aujirapongpan S., Pattanasing K. (2021). *Innovative Behaviour of Human Resources Executives: Empirical Study of Hotel Businesses on Phuket Island as a World-Class Tourist Attraction* TEM Journal. Volume 10, Issue 4, Pages 1781-1788.
2. Tsui, P.-L. (2021). *Would Organizational Climate and Job Stress Affect Wellness? An Empirical Study on the Hospitality Industry in Taiwan during COVID-19*. Int. J. Environ. Res. Public Health 2021, 18, 10491. <http://doi.org/10.3390/ijerph181910491>
3. Dorta-Afonso, D.; González-de-la-Rosa, M.; García-Rodríguez, F.J.; Romero-Domínguez, L. (2021). *Effects of High-Performance Work Systems (HPWS) on Hospitality Employees' Outcomes through Their Organizational Commitment, Motivation, and Job Satisfaction*. Sustainability 2021, 13, 3226. <https://doi.org/10.3390/su13063226>

6. ГОСТИНІСТЬ І СЕРВІС: ДОСВІД, ОСОБЛИВОСТІ СЬОГОДЕННЯ, ПЕРСПЕКТИВИ

Пуцько М.І. в. спец. дис.

*ВСП «Буриштинський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»
(ВСП БТЕФК ДТЕУ)*

Індустрія гостинності займає важливе місце в економіці більшості країн. Її розвиток надає великий ринок робочих місць. В ХХ ст. готельно-ресторанний бізнес перетворився в одне з найбільш значимих соціальних явищ. Видатки населення на харчування і туристичні послуги в ряді країн займають лідируючі позиції в загальному об'ємі видатків.

У сфері виїзного та внутрішнього туризму готельний та ресторанный сервіс включає в себе цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим фактором, що визначає перспективи розвитку туризму в будь-якій країні світу. Саме розвиток індустрії гостинності робить економіку регіону конкурентоспроможною та країну у світовій системі туристичного бізнесу.

Гостинна індустрія як вид економічної діяльності включає надання послуг і організацію короткострокового проживання в готелях, мотелях, кемпінгах та в інших місцях розміщення за винагороду.

Готельно-ресторанний бізнес залежить від розвитку туризму, в тому числі і зарубіжного в регіоні. Сучасне визначення туризму, котре прийняте ООН, полягає в тому, що туризм - це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з переміщенням за кордони постійного місця проживання.

Виникнення туризму як товару потребувало формування відповідної матеріально-технічної бази, наявності кваліфікованих кадрів по обслуговуванню туристів і ціленаправленого управління туристичними господарськими об'єктами. Все це обумовило необхідність організаційного відокремлення туризму в самостійну галузь народного господарства.

Сфера готельно-ресторанних послуг має ряд специфічних особливостей в порівнянні з матеріальним виробництвом. По-перше, на відмінно від товарів, ці послуги виробляються і споживаються в основному одночасно, не потребують зберігання. Це породжує проблему регулювання попиту і пропозиції послуг. По-друге, готельно-ресторанні послуги протиставляються продукції, хоча і в промисловості збільшується роль обслуговування, котре може включати ремонт обладнання, після продажне обслуговування та інші послуги, пов'язані з продажем товарів.

Можна, говорити, що в багатьох випадках в сфері послуг присутній елемент продукції, точно такий, як при продажі продукції присутній елемент послуги. Тісне переплетення продажів товарів і надання послуг ускладнює виокремлення і облік послуг.

В сьогоденній реалії часу готельно-ресторанний бізнес так як і туризм занепає через стан країни в якій відбувається війна, люди зголосились віддати

свої готелі ,танхауси, еко будинки для проживання біженців які опинились в скрутній ситуації і не мають можливості оплачувати послуги . Багато готельно-ресторанних комплексів продають свої послуги для людей які в змозі оплатити їхні послуги.

Висновки. Розвиток ринкової економіки призвів до такого складного та різноманітного напряму діяльності в сфері послуг, як послуги готельно-ресторанного бізнесу. Ні одна інша галузь, цей напрям діяльності потребує усвідомлення світового досвіду і пильної уваги до перспектив її використання в державі. З цієї позиції, важливим є визначення ролі та значення даного виду бізнесу в сучасній регіональній економіці, визначення динаміки його розвитку, співвідношення даного бізнесу в різних країнах з метою внесення корисного в національну специфіку.

Готельно-ресторанний бізнес - це один з видів економічної діяльності, що відноситься до малого та середнього підприємництва, котрий на пряму або опосередковано створює нові робочі місця і стає важливим засобом поповнення бюджету різних рівнів.

В недалекому майбутньому , коли закінчиться війна , і наша країна почне відбудову , готельно-ресторанна справа так як і туризм відновлять свою роботу в галуззі , і в короткі терміни вирівняють економіку країни , і відпрацюють всі свої втрачені кошти .

Література

1. Гоблик-Маркович Н.М., Грянило А.В. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу.
URL: https://tourlib.net/statti_ukr/goblyk3.htm.
2. Каленік К.В., Федак В.І. Сучасні моделі управління багатофункціональним туристично-готельним комплексом.
URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kalenik.htm.
3. Корнілевська М.О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку.
URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kornilevska.htm.
4. Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип.4. С.211-217.
5. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
6. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): учеб. пособие. СПб.: Питер, 2007. 432 с.
7. Дуда Ю.І., Яцишин Б.П. Культурно-історичні аспекти становлення закладів гостинності в Західній Україні // Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг» (м. Львів, 24 листопада 2016 р.). Львів: Растр-7, 2016. С.313-316.

7. ПРИНЦИПИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ІЗ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Науменко Н.В., д-р філол. наук

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

У сучасному готельно-ресторанному бізнесі є три складники успіху. Перший – уміння працівника розбиратися у характерах, типах людей, знаходити до кожного безпомилково правильний підхід, а також долати власні страхи, невпевненість у собі. Отже, співробітник закладу індустрії гостинності має досконало володіти **психологією**. Другий – навички обслуговування відвідувачів. Для цього треба знати меню, правила поводження зі столовими приборами, особливості національних кухонь, кулінарні характеристики страв. Набути цих навичок можливо, вивчаючи **єнологію, харчові технології, етикет, народознавство**. Третій – основи **ресторанного бізнесу**, особисті якості офіціанта, професійна етика, норми поведінки та клімат у колективі.

Спільним знаменником для наведених трьох складників виступає **мова** [1]. Уміння висловити свою думку правильно – головна вимога до працівника індустрії гостинності. Саме тому в навчальних планах факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ключове місце посідає гуманітарна компонента, до якої входять дисципліни «Світова індустрія гостинності», «Світова та національна культурна спадщина», «Друга іноземна мова», «Іноземна мова: практичні навички наукової комунікації».

Міжкультурна професійна комунікація є процесом безпосередньої професійної взаємодії ділових культур, яка здійснюється в рамках відмінних національних стереотипів мислення і поведінки. Співвідносити мовні засоби з нормами мовної поведінки неможливо без знань про реалії країни мови, що вивчається.

Щоб досягти розуміння в міжкультурному спілкуванні, фахівець повинен володіти знанням не тільки професійної картини світу, а й уміти встановлювати контакт, орієнтуватися на національно специфічні риси свого партнера, співпереживати і розуміти співбесідника як представника певної соціальної групи. Таким чином, у процесі міжкультурного спілкування фахівців готельно-ресторанного та туристичного бізнесу виникає канал розуміння, який може розглядатися як на лінгвістичному, так і на соціокультурному рівні в контексті сприйняття партнера по комунікації.

Найважливіші правила спілкування між представниками різних країн охоплює галузь «діловий протокол та етикет». Протоколом називають форму ієрархічного порядку, демонстрування правил пристойності партнерами з різних країн. Це – сукупність правил поведінки, норм та традицій під час офіційних і неофіційних зустрічей.

Дипломатичний протокол – це загальновизнані усіма державами правила, традиції та умовності. Їх мають дотримуватися уряд, дипломатичні представництва, відомства закордонних справ, дипломатичні працівники та

інші офіційні особи в міжнародному спілкуванні. Саме дипломатичний протокол має передбачати, як у ході ділової зустрічі застосувати всі способи демонстрації поваги однієї держави до іншої.

Завжди потрібно пам'ятати, що різні народи мають свою часто оригінальну і специфічну систему вербальної та невербальної поведінки, свої правила, відмінні від українських. Наприклад, зустрічаючи гостей, українці подають їм хліб-сіль; у Індії прикрашають квітковими гірляндами; у Шрі-Ланці посипають трояндовими пелюстками. Англійці, розмовляючи з діловими партнерами, стоять від них на відстані 1,5...2 м, італійці – на відстані метра. На Сході подають суп наприкінці обіду (а не на початку, як заведено в Україні). У Японії під час прийому можуть постійно перепрошувати за «скромний» стіл, який насправді буде переповнений різними делікатесами.

У міжкультурній комунікації варто враховувати й особливості кухонь народів світу, їх оригінальність та подібність між собою, рецепти національних страв, традиції харчування різних народів, а особливо – пов'язані з етикетом ділових прийомів [2]. Розгляньмо деякі з них.

У Франції заведено частувати учасників ділового засідання «французьким» сніданком з аперитивами. Можливі схвальні коментарі на адресу французької кухні, страв і напоїв, адже це – предмет національної гордості. Міцні напої вживають рідко, надаючи беззаперечну перевагу винам. Під час ділового прийому про справи говорять лише після того, як подадуть каву; доти ж головні теми для обговорення – культура та мистецтво.

Американська кухня складалася у так звану «епоху консервів і холодильників». Лише на Півдні та Заході досі зберігається оригінальна кухня, де в особливій пошані домашня шинка та страви зі свинини. З напоїв американці більш за все люблять «довгий» напій – коктейль, фірмові рецепти якого є в кожному населеному пункті.

Висновок. Через слово в людській свідомості постає картина світу, в якому існує сама людина. Через семантику понять людина виражає своє ставлення до всього, що її оточує, а також бере активну участь у пізнанні непізаного. Мова, як і культура загалом, існує як особлива дійсність – дійсність «людина-світ». Тому гуманітарні курси для здобувачів факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, їхні доміанти та головні методи роботи мають на меті усебічне виховання особистості молодшої людини – студента, науковця, спеціаліста третього тисячоліття, здатного спілкуватися з іноземними партнерами з різних країн світу, застосовуючи усе багатство української та іноземної мов, розмаїття культурних традицій, наукову концептосферу.

Література

1. Науменко Н.В. Інтерактивне спілкування у професійній діяльності: підручник. Київ: Видавництво «Сталь», 2022. 200 с.
2. Островська Г. Кухні народів світу: курс лекцій. Тернопіль, 2018. 162 с.

8. ІННОВАЦІЙНІ ПОСЛУГИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

**Матиящук О.В.,
Михайленко В.М.,**

*Національний університет харчових технологій,
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. В період з 2015 по 2019 роки ресторанний бізнес в Україні розвивався в одному напрямку, щороку з'являлись типові заклади, які набували популярності серед різних верств населення. За цей період часу відкрити успішний заклад було значно простіше, оскільки гостей цікавило лише смачна їжа, обслуговування та іноді інтер'єр.

Актуальність теми. Проте 2020-2022 роки увів свої корективи в сферу послуг, потенційні споживачі стали більш вимогливі до закладів гостинності, про що свідчать дані компанії по автоматизації ресторанів «Poster», ними опубліковано, що після першого карантину 2020 р. 25000 закладів припинили свою роботу. Зараз на розвиток ресторанного бізнесу впливає розпочата 24 лютого 2022 р. війна, яка суттєво уповільнює розвиток закладів ресторанного господарства, причина цьому воєнні дії, які спричинили продуктову кризу, великий потів біженців в інші країни, що призвело до браку робочих кадрів, економічної кризи, тощо. Також багато закладів почало працювати на волонтерських засадах, що також уповільнює розвиток галузі.

Результати та обговорення. Деяким сучасним та креативним ресторатором й шеф-кухарям вдалось трансформувати традиційні заклади в нові формати задля повернення потенційних споживачів та набуття нових відвідувачів.

Основними рішеннями, щодо ведення успішного бізнесу HoReCa є: фабрика заготівельна, онлайн-ресторани, кухар на виїзд, заклади в житлових комплексах, діджиталізовані заклади, індивідуальні капсули, «coosing box».

Особливою популярністю користується послуга «Cooking box». Мета даної послуги полягає в тому, що це доставка напівфабрикату високого ступеня готовності до споживача та приготування вдома ресторанних страв з мінімальною тепловою обробкою. Гості обирають для себе з меню страви на свій смак, а працівники закладу доставляють, замовникам напівфабрикати разом з детальним рецептом їх приготування.

Ресторанами аналітиками підраховано, що запровадження даної послуги не лише скоротить час приготування страви, а із економічної точки зору це вигідніше ніж відвідувати заклад чи супермаркет. На рис.1. наведено динаміку ємності ринку виготовлення заморожених напівфабрикатів в Україні. Заморожені напівфабрикати, починаючи з 2020 року набули не аби якої популярності, тому цю послугу бажано впроваджувати в закладах ресторанного господарства, так як реалії сьогодення диктують нові правила життя та розвитку бізнесу.

Висновок. Популярність виготовлення заморожених напівфабрикатів з кожним роком зростає, особливий приріст у 2 рази стався за останні два роки, тому дану тенденцію можна пов'язати саме з пандемією. Переформатування

закладів ресторанного господарства дозволяє не тільки продовжувати працювати в карантинних умовах, а й в складних економічних умовах, спричинених війсьними діями, а також дозволить збільшувати прибуток.

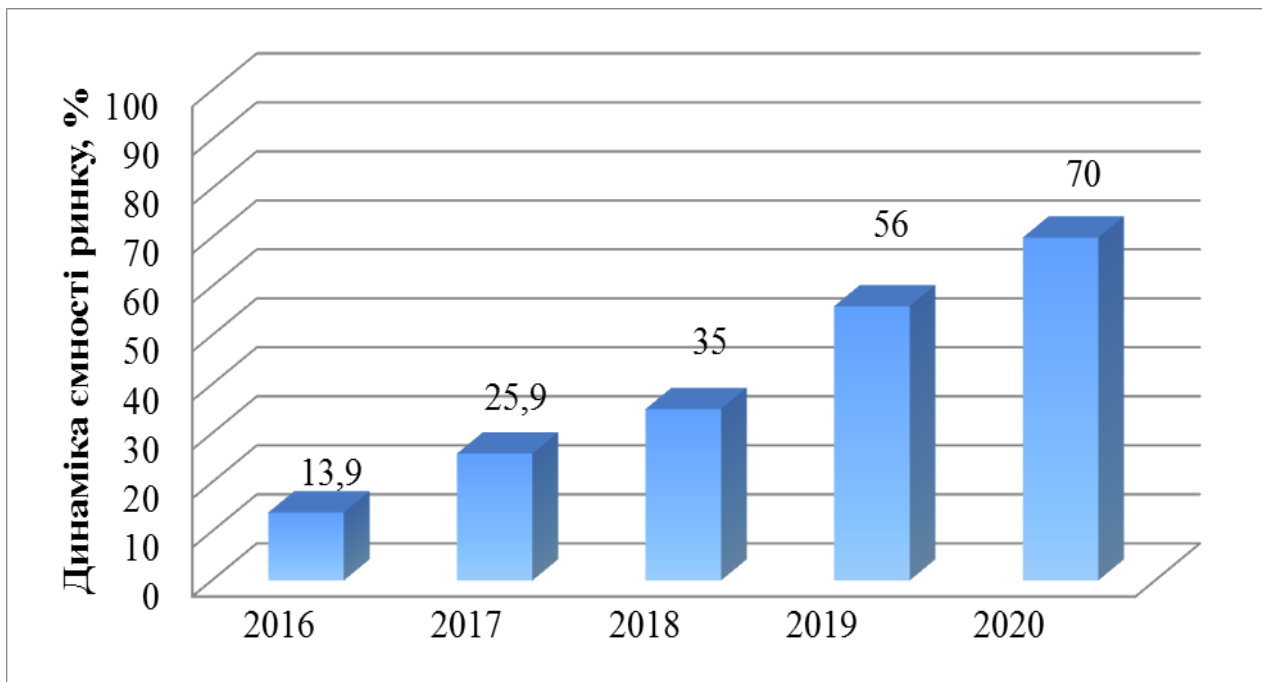


Рисунок 1 – Динаміка ємності ринку заморожених напівфабрикатів

Література

1. Гросул В.А. Модель оцінки можливостей розвитку підприємств ресторанного бізнесу України в умовах пандемії covid-2019 / В.А Гросул, Н.Ю.Балацька // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2020. Т. 31(70). № 3. С. 121-126.
2. Хроніки кризи бізнесу: кого в Україні більше всего накроє штормом коронавірусу. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/03/19/658296/> (дата звернення: 17.04.2020).
3. Petre H. Meet the new socially distant restaurant experience. URL: <https://www.nrn.com/operations/meet-newsocially-distant-restaurant-experience> (дата звернення: 02.05.2020).

9. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Неміріч О.В., д.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Скирда О.Є., к.т.н.,

*Державний біотехнологічний університет
(ДБТУ), м. Харків*

В сучасних умовах господарювання підприємству, аби бути успішним в довгостроковій перспективі, дуже важливо знати і реалізовувати свої конкурентні переваги.

Поза сумнівом, однією з конкурентних переваг будь-якого сучасного підприємства мають бути люди з їх знаннями, цінностями й уміннями. Але це не завжди так. Надто мало вітчизняних підприємств мають загальні для всіх співробітників компанії цілі, цінності і принципи поведінки, тобто – корпоративну культуру, той «стержень», який повинен свідомо формувати лідер, і довкола якого повинен розростатися бізнес. Таким чином, виникає необхідність розгляду питань оцінки корпоративної культури з метою подальшої її зміни в контексті стратегічного розвитку підприємства і забезпечення його конкурентоспроможності.

Питання оцінки корпоративної культури підприємства складно назвати не дослідженими, оскільки систематичне їх вивчення на заході припало на початок 80-х років минулого століття. Дослідники пострадянських країн підключилися до цих процесів вже в кінці 90-х років.

Оцінка і зміна корпоративної культури повинні відбуватися в контексті загального організаційного розвитку підприємства відповідно до стратегії і поставлених цілей.

В даному випадку такі процеси просто необхідні, оскільки за більшістю «невирішуваних» проблем криються загальні певні цінності і уявлення, колись глибоко укорінені в свідомості персоналу, і перешкоджаючи зараз досягненню поставлених цілей. Разом з цим в основі культури можуть знаходитися цінності, що сприяють вирішенню проблем, про які необхідно знати.

На основі аналізу літератури і розглянутих підходів до оцінки корпоративної культури, систематизовані основні методи оцінки корпоративної культури закладів ресторанного господарства.

Так, серед методів оцінки корпоративної культури на підприємстві ресторанного господарства виділяють такі:

1 Неформалізовані методи (інтерпретативні, ідеографічні), в основі яких лежить використання якісних методів, у тому числі:

1.1 глибинне інтерв'ю;

1.2 монографічне дослідження (спостереження);

1.3 вивчення правил, традицій, церемоній і ритуалів, що склалися на підприємстві;

1.4 вивчення практики управління, що склалася на підприємстві;

1.5 традиційний аналіз документів підприємства;

1.6 «обхід» підприємства;

1.7 спостереження засідань, у тому числі клінічне інтерв'ю.

2 Формалізовані (кількісні) методи, що характеризуються використанням різних стандартизованих опитувальників:

2.1 соціологічні дослідження (анкетування; тести; ролеві ігри, тренінги; соціометрія);

2.2 модель Г. Хофштеде;

2.3 модель Э. Шейна;

2.4 модель Ч. Хенді;

2.5 модель Д. Денісона;

2.6 модель К. Камерона і Р. Куїнна;

2.7 модель Т. Діла і А. Кенеді.

Підсумком оцінки культурного середовища, що склалося в організації, повинне стати вирішення трьох завдань. Перше завдання – ясно усвідомити (прописати, сформулювати) провідні цінності, пріоритети, установки, покликані підтримати перспективну організаційну стратегію. Друге завдання – прояснити, які культурні цінності допомагатимуть (або заважатимуть) реалізації стратегічних цілей організації. Третє завдання – оцінка наявного розриву, тобто міри відповідності корпоративної культури, що склалася, стратегії розвитку організації (бізнесу), виробленої керівництвом.

Корпоративна культура, що склалася, далеко не завжди сприяє ефективній роботі персоналу. Причина може полягати в тому, що культуру характеризує невисокий рівень довіри між працівниками і керівництвом, у відсутності у працівників прагнення брати на себе відповідальність, проявляти ініціативу, дотримуючись пасивної, вичікувальної позиції. Взагалі боязкість працівників проявляти ініціативу характерна для корпоративної культури більшості українських організацій.

Корпоративна культура може виступати як дієвий інструмент, що забезпечує настрій персоналу на високу продуктивність і високу якість в роботі. Формування і підтримка такої культури, яка підвищувала б віддачу від людей, що працюють в організації, сприяла підвищенню її ефективності і конкурентоспроможності, – це одне з найважливіших стратегічних завдань вищого керівництва.

Для оцінки корпоративної культури на підприємствах ресторанного господарства використовують формалізований метод, а саме анкетування. Анкетне опитування – метод здобуття інформації, під час якого спілкування між дослідником і респондентом здійснюється за допомогою анкети.

Перевагою методу анкетування є можливість зібрати великий обсяг матеріалу, вивчити значну кількість співробітників за короткий час та з незначними матеріальними витратами. Недоліком його є те, що на об'єктивність одержаної інформації істотно впливає наявність чи відсутність в опитуваного установки на щирість у відповідях і його здатність об'єктивно оцінювати ситуації, свої якості та якості інших людей.

10. ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЯ В КУРОРТНИХ ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ

Руденко С.Є., магістр
Сильчук Т.А., д.т.н.

*Національний університет харчових технологій,
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Все більшого розвитку в регіонах вирощування виноградної лози набуває винний туризм [1]. Базується він на вивченні процесів вирощування винограду, виробництві вина, дегустації винної продукції, відвідуванні виноробень, виноградників, фестивалів й інших заходів, які пов'язані з вином.

Актуальність теми. Винний туризм – це окремий вид спеціалізованого (тематичного) туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні, їх дегустацією безпосередньо на виробництві, відвідування тематичних заходів [2].

Матеріали та методи. Методи аналізу та синтезу покладено в основу дослідження розвитку винного туризму, як світового, так і в Україні.

Результати. В ході проведених досліджень, проаналізовано можливість впровадження винного туризму в готельній індустрії, а саме винних турів в курортних засобах розміщення. В сучасних умовах економічного розвитку винний туризм інтенсивно розвивається в різних регіонах світу та України зокрема. Він є джерелом значних прибутків, оскільки може поєднуватися з усіма іншими видами туризму й може слугувати доповненням туристичних програм та маршрутів для дорослих рекреантів. За функціональної спрямованості винні тури можуть бути культурно-пізнавальні; рекреаційно-оздоровчі та лікувальні; гастрономічні; винно-розважальні; освітні, науково-ділові, технологічні тощо. Кожна країна завдяки винному туризму може популяризувати свою культуру, звичаї, національну специфіку господарства та гастрономічних інтересів. Це також стимулює розвиток аграрних районів загалом та зумовлює притік коштів до місцевих бюджетів.

Висновок. Таким чином, винний туризм – спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання та купівлю вина безпосередньо у виробника [3]. Він активно розвивається та сприяє розвитку готельного та туристичного бізнесу.

Література

1. Іванов С. В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл. / С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О. В., 2012. – 472 с.

2. Басюк Д.І. Дослідження ринку винного туризму в Україні/ Д. І. Басюк, К.С.Бадещенкова [Електронний ресурс]– Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435>

3. Hall M. Wine Tourism Around the World / Michael C. Hall, Liz Sharples // Camboune Brock, Macionis Nik. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.

11. ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГИ ЦИФРОВИЙ ДЕТОКС В ГОТЕЛЯХ

Кобелянська Є.Б., здобувач

Ковтун А.В., к.т.н.

Бортнічук О.В., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ) м. Київ*

Вступ. Готельні підприємства постійно розширюють асортимент послуг та популяризують себе завдяки використанню соціальних мереж. Новою та необхідною в наш час є послуга – цифровий детокс або відпочинок від інтернету.

Актуальність теми. Більшість із нас не уявляє своє життя без соціальних мереж, адже звідти ми отримуємо різну інформацію, ведемо блоги та розвиваємо свою сторінку. Навіть перебуваючи на відпочинку ми постійно користуємось інтернетом, намагаємось як найбільше наповнити телефонну галерею та свій акаунт гарними світлинами, аби згадувати яскраві моменти переглядаючи фото в телефоні. Фотографування, ведення інтернет-сторінок займає багато часу і заважає повною мірою відпочити. Тому, деякі готелі пропонують своїм гостям скористатися послугою – цифровий детокс.

Матеріали та методи. Проведено літературний огляд, використано метод системного аналізу та спосіб наукового пізнання для узагальнення інформації.

Результати та обговорення. Найбільш популярними соціальними мережами, які використовуються для спілкування є Facebook та Instagram. Але, постійне їх використання унеможливорює нормальний відпочинок. Тому, в готелях активно починає працювати функція – відпочинок від соціальних мереж. Така послуга використовується за кордоном, і набуває популярності в готелях України.

Готель який знаходиться на Мальдівах пропонує своїм відвідувачам послугу «Instagram - дворецького». Ця людина протягом всього відпочинку допомагає зробити ідеальні фото, публікує їх в Instagram, також може надати необхідну локацію для проведення бекстейжу фото з правильним підбором ракурсу камери.

В Україні послугу «Digital detox week» надає готельне підприємство у м. Радомишль, там гостям на вихідні дні пропонують повністю відпочити від соціальних мереж, насолодитися природою та навколишніми краєвидами. Давний вид послуги особливо буде цікавим для туристичних та курортних готелів.

Висновок. Отже, впровадження послуги цифровий детокс підвищить рейтинг готелю, а гості зможуть під час відпочинку більше часу приділити гармонії з собою.

Література

1. <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2325793-gotel-na-maldivaproponue-poslugi-zi-stvorennia-idealnih-foto-dla-socmerez.html>

12. НОВІТНЯ РЕСТОРАННА СПРАВА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗШИРЕННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

Шидловська О.Б., к.т.н.,

Іщенко Т.І., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Готельний бізнес вважають одним із перспективних видів діяльності в Україні. На даний момент в нашій країні нараховується близько 4800 готелів та інших місць для тимчасового проживання (санаторії, готелі, хостели, пансіонати). Багато відгуків іноземних туристів говорять про те, що Україна має всі перспективи та шляхи для того, щоб стати одним із найбільших туристичних центрів Європи.

Актуальність теми. Велика конкуренція стимулює індустрію гостинності до пошуків привабливості своїх підприємств за рахунок розширення послуг і новітня ресторанна справа є однією з них.

Матеріали та методи. Для обробки, викладення та узагальнення результатів використані методи системного аналізу та синтезу.

Результати та обговорення. Традиційно готельні підприємства для розширення послуг впроваджують інноваційні рішення для оздоровчих, спортивних, лікувальних та інших розповсюджених готельних послуг.

Досить актуальним є пошук нових технологій приготування кулінарної продукції та незвичайних способів її подачі в закладах ресторанного господарства при готельних підприємствах. Одним з інноваційних напрямків в ресторанній справі є незвичні технології приготування, які вражають оригінальним видом страв, а головне - незвичайним поєднанням продуктів і приголомшливим смаком. Серед таких є молекулярна кухня [1].

Молекулярна технологія кулінарної продукції – це використання сучасних досягнень харчової хімії із впровадженням та приготуванням продукції нового покоління. Одним із завдань, які вирішує молекулярна гастрономія, є комбіноване поєднання або, так зване, «сполучання» харчових продуктів, різних за типом (видом), на молекулярному рівні за сукупністю хімічних сполук [2].

Молекулярні технології змінюють всі традиційні уявлення про зовнішній вигляд та подачу кулінарних страв та виробів. Одним із факторів, який сприяє досягненню цього, є зміна температурних режимів та тривалості температурного оброблення харчових продуктів. На відміну від традиційних технологій виробництва продукції, у молекулярних технологіях виробництво кулінарних страв здійснюється за мінімальної температури впродовж тривалого часу.

До важливих особливостей впровадження молекулярних технологій, які доцільно врахувати в закладі ресторанного господарства готельного підприємства відносяться [2]:

- *незвичайні форми і смакові поєднання* - в гастрономічному ресторані на одній тарілці можуть зустрітися твердий борщ, бородинський хліб у вигляді піни і м'ясо в формі ікринок;

- *використання спеціального обладнання, відмінного від традиційних методів приготування* - конвекційних плит, плит шокової заморозки, вакуумних сушильних шаф, дегідраторів, вакууматора, термостатів су-від, роторних випарників, центрифуг, гомогенізаторів, сифонів, що перетворюють продукти в піну і т. д.;

- *інноваційні методи та технології*. Наприклад, молекулярні кухарі смажать продукти на воді завдяки додаванню в неї спеціального рослинного цукру, що підвищує температуру кипіння до 120°C. Часто використовуються методи тривалої низькотемпературної термічної обробки у вакуумі або миттєвого охолодження продуктів і страв рідким азотом;

- *увага до пропорцій* - молекулярна кулінарія вимагає найвищої точності, помилка на пару грамів може безнадійно зіпсувати страву;

- *висока трудомісткість і фінансові витрати*. На приготування деяких молекулярних страв може знадобитися кілька діб. Крім того, придбання спеціального обладнання та інгредієнтів вимагають дещо більших грошових вкладень [2].

Таким чином, класичні технології приготування і принцип подачі страв за схемою «продукт - гарнір - соус» з кожним роком втрачають своїх прихильників.

В умовах сьогодення, для того щоб здивувати гурманів перспективним є розширення меню закладів ресторанного господарства засобів розміщення шляхом розроблення нових фірмових рецептур страв з незвичними технологіями приготування та ефектними способами оформлення та подавання.

Поступово молекулярна кухня проникає у високу кухню багатьох країн, однак у вітчизняних підприємствах гостинності даний напрям не є поширеним. З огляду на це, перспективним є втілення в життя ідей, методів та технологій молекулярної кухні в заклади ресторанного господарства готельного підприємства. Адже висока кухня - це шоу, і гості ресторанів, що звикли до всього, чекають від кухарів видовищ.

Висновок. Впровадження молекулярних технологій в ресторані при готелі дозволить розширити асортимент унікальних страв у меню, смакові та естетичні властивості яких задовольнять вимоги всіх любителів їжі, в тому числі і гурманів, для яких процес фізіологічного втамування голоду або спраги давно перетворився в магічний ритуал, в спосіб пізнання себе і навколишнього світу, в естетичну насолоду, а індустрія гостинності дозволить своїм споживачам насолодитися послугою харчування в повному обсязі.

Література

1. Тренды ресторанного бизнеса в 2021 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.metro.ua/ru/trendy-restorannogo-biznesu-v-2021-rotsi/>
2. Молекулярная кухня – особенная технология правильного питания [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://anymenu.ru/molekulyarnaya-kuxnya-osobennaya-texnologiya-pravilnogo-pitaniya/>

13. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СХІДНОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ

Профатило Ю.М.

Ковальчук С.С., к.т.н.

Павлюченко О.С., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Заклади ресторанного господарства, які представляють етнічні кухні широко представлені в Україні, однак здебільшого вони фокусуються на європейській кухні. Східна кухня також вже давно завоювала популярність серед українських споживачів, оскільки вона яскрава, наповнена особливими стравами та автентична. Нині даний напрямок лише розвивається, однак має досить значні перспективи [1, 2].

Знайомство з особливостями етнічної кухні, на думку відомого історика кулінарії В. В. Похльобкіна, можна розглядати як найкращий і короткий шлях до взаєморозуміння націй, оскільки дає можливість близько доторкнутися до матеріальної культури народу [3].

Східна кухня має багато особливостей, які відрізняють її від європейської. Перш за все, це різноманітність її напрямків, оскільки східна кухня об'єднує країни Близького Сходу, Азію, Індію, країни Кавказу, а також Балканські країни (Хорватія, Македонія, Сербія, Болгарія, Румунія, Греція, Албанія, Туреччина та інші). Однак вона має і певні характерні риси, наприклад, більшість страв складається саме з рису та баранини, супи, зазвичай, наваристі, мають попит спеції.

Нині існує велика кількість закладів, де можливо скоштувати такі відомі страви як лагман, долма, рамен, локшина та інші. Крім того, на сьогодні розширюється поняття азійської кухні: заклади вже не зосереджують свою увагу лише на японській кухні, а й впроваджують у меню також китайські та тайські страви.

Найбільше таких закладів саме у столиці, їх кількість – 1243, однак більшість з них поєднують східну та європейську кухні [4].

Також, враховуючи, що термін «східна кухня» об'єднує в собі декілька зовсім різних етнічних кухонь, було визначено які саме з них є найбільш популярними. Найбільшу зацікавленість представляє азійська кухня (японська, китайська, тайська), яка нині є на піку своєї популярності. Не відстає від неї також кавказька кухня, заклади з якою дуже подобаються жителям столиці та стабільно функціонують не перший рік. Щодо балканського півострова, то найбільше закладів представляють турецьку кухню. Найменше в столиці індійських ресторанів. Однак, те, що перший ресторан індійської кухні «Himalaya Restaurant» відкритий вже понад двадцять років, вказує на те, що попит на індійську кухню існує.

Нині індійська кухня вважається однією з найбільш екзотичних та цікавих, адже кулінарія в Індії - це не тільки мистецтво, але й філософія. Можливо, саме

такий складний підхід і ускладнює відкриття нових закладів індійської кухні. З іншого боку, можливо, індійська кухня не набула широкої популярності в Україні, оскільки орієнтуються на вегетаріанство, а більшість громадян нашої країни ще не готові відмовитися від м'ясних страв.

Висновок. Враховуючи кількість ресторанів азійської, кавказької та турецької кухні, можна зробити висновок, що вони мають попит в українців. Перспективним є напрямок подальшого їх просування.

Враховуючи, що індійська кухня є однією з найбільш ароматних, яскравих та самобутніх, а також те, що споживачі все більше цікавляться даною кухнею, доцільним є привернення уваги рестораторів до даного сегменту ринку і популяризація індійської кухні, з усіма її традиціями, філософськими поглядами та техніками приготування страв, оскільки дані риси є важливими складовими індійської кухні.

Розширення закладів індійської кухні дозволить збільшити кількість ресторанів для вегетаріанців, що також є дуже важливим. Загалом варто звернути увагу на створення саме автентичних закладів східної кухні, оскільки нині більшість закладів поєднує в собі одразу декілька кухонь – і європейську, і східну – що не дозволяє в повною мірою розкрити колоритні східні мотиви. Крім того, можна виокремити кавказьку кухню, яка вже завоювала стійкий авторитет серед українців і навряд чи в найближчі роки втратить свою популярність.

Література

1. Слащева А. В. Етнічні кухні : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 159 с. Слащева А. В. Етнічні кухні : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 159 с.
2. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та управління підприємствами. 2018.№16. С. 71-76.
3. Галасюк С. С. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу у світі / С. С. Галасюк, Ю. М. Перетятко // Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу у світі // Економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку держави та регіонів: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 17- 18.10.2014. – Одеса : ЦЕДР, 2014.
4. TripAdvisor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tripadvisor.com>.

СЕКЦІЯ 5
«МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ ТА
ХАРЧОВОЇ БЕЗПЕЧНОСТІ В
ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»

1. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

Кузьмін О.В., д.т.н.,
Білоусова Л.І., магістрант,
Пчеленко А.Є., магістрант,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Впровадження системи управління безпекою харчової продукції (СУБХП) є дієвою репутаційною складовою, що дозволяє закладам ресторанного господарства (ЗРГ) збільшити свою конкурентоспроможність та отримати значних переваг – виробляти більш безпечні та якісні страви.

Актуальність теми. СУБХП для громадського харчування, окрім репутаційних складових, дозволяє ЗРГ усунути існуючі небезпеки при втіленні програм-передумов (ППУ) згідно принципів НАССР, а також встановити контроль на всіх технологічних етапах приготування страв.

Результати та обговорення. Сформовано структуру ППУ (рис. 1) при втіленні СУБХП, спрямовану на підтримку безпечного та гігієнічного середовища для ЗРГ, з метою подальшої мінімізації існуючих небезпек.

ППУ системи НАССР, заснованих на принципах Системи управління безпекою харчових продуктів (СУБХП) згідно наказу № 590 від 01.10.2012	
1. Належне планування виробничих, допоміжних та побутових приміщень для уникнення перехресного забруднення	6. Здоров'я та гігієна персоналу
2. Вимоги до стану приміщень, обладнання, проведення ремонтних робіт, технічного обслуговування обладнання, калібрування тощо, а також заходи щодо захисту харчових продуктів від забруднення та сторонніх домішок	7. Захист продуктів від сторонніх домішок; поводження з відходами виробництва та сміттям, їх збір та видалення з потужності
3. Вимоги до планування та стану комунікацій - вентиляції, водопроводів, електро- та газопостачання, освітлення тощо	8. Контроль за шкідниками, визначення виду, запобігання їх появі, засоби профілактики та боротьби
4. Безпечність води, льоду, пари, допоміжних матеріалів для переробки (обробки) харчових продуктів, предметів та матеріалів, що контактують з харчовими продуктами	9. Зберігання та використання токсичних сполук і речовин
5. Чистота поверхонь (процедури прибирання, миття і дезінфекції виробничих, допоміжних та побутових приміщень та інших поверхонь)	10. Специфікації (вимоги) до сировини та контроль за постачальниками
	11. Зберігання та транспортування
	12. Контроль за технологічними процесами
	13. Маркування харчових продуктів та поінформованість споживачів

Рисунок 1 – Структура ППУ СУБХП

Висновок. Впровадження СУБХП у ЗРГ призводить до підвищення якості страв, згідно вимог нормативної документації, збільшення довіри гостей, а отже, і маркетингових переваг. Розроблена структура СУБХП у ЗРГ дозволяє отримати економічні переваги та оптимізувати контроль технологічних процесів, згідно встановлених санітарно-гігієнічних норм, що дозволяє зменшити рівень безпечності, при одночасному скороченні витрат, зменшенні можливих невідповідностей, збільшенні термінів зберігання страв.

2. АЛЕРГЕНИ В МЕНЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Велемець М.О., здобувач ОС бакалавр

Бондар Н.П., к.т.н.,

Губеня В.О., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Одним з найнебезпечніших чинників у харчових продуктах для певних категорій людей є алергени – антигени, які зумовлюють реакцію гіперчутливості. Зазвичай алергени мають білкову природу. Імунна система деяких людей помилково сприймає ці речовини як шкідливі і виробляє антитіла, які взаємодіють з алергеном, що призводить до алергічної реакції.

Актуальність теми. Актуальність питання алергічних реакцій та збільшення кількості осіб, які страждають харчовою алергією, привертає увагу світових науковців. Портал **Центр громадського здоров'я України** повідомляє: на харчову алергію страждає 1-3% дорослих та 4-6% дітей у світі. Велике різноманіття алергенів та їхній негативний вплив на здоров'я людей, особливо, на здоров'я дітей, зумовлює потребу в обов'язковому інформуванні споживачів харчових продуктів, у т.ч. кулінарної продукції закладів ресторанного господарства, на наявність в них основних алергенів.

Результати та обговорення. Серед великого різноманіття алергенів як природного походження, так і промислового виробництва, провідне місце займають саме харчові алергени. Продовольча сировина та харчові продукти рослинного та тваринного походження містять велику кількість білків, чужорідних для людського організму. Навіть незначні кількості харчового алергену можуть призвести до алергічної реакції. Більшість харчових алергенів – білки природного походження і, зазвичай самі продукти, які зумовлюють алергію – це продукти з високим вмістом білка, які зберігають свою імуногенність у технологічному процесі, вони термо- і кислотостійкі, стійкі до впливу травних ферментів. Саме харчова алергія має великий вплив на формування і подальший розвиток усіх алергічних проявів у дітей та підлітків. Вона може бути причиною гострого стану, такого як анафілактичний шок, тяжкі форми бронхіальної обструкції (непрохідності), алергічні васкуліти, а також може підтримувати хронічні та рецидивуючі ураження ЛОР-органів, шлунково-кишкового тракту, нирок, нервової і серцево-судинної систем.

Згідно із Законом України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" [1], потрібно обов'язково інформувати споживачів про наявність основних алергенів у харчових продуктах та кулінарній продукції, яку виготовляють заклади ресторанного господарства, а саме:

- *злаки, які містять глютен* (пшениця, жито, ячмінь, овес або їх гібридні види та продукти з них з деякими винятками);
- *ракоподібні та продукти з ракоподібних;*
- *яйця та продукти з яєць;*

- *риба* та продукти з риби, крім риб'ячого желатину або риб'ячого клею (в окремих випадках);
- *арахіс* та продукти з арахісу;
- *соєві боби* та продукти з них, крім: повністю рафінованих соєвої олії та жиру; природних змішаних токоферолів, фітостеролів та ефірів фітостеролів, рослинного ефіру станолю, виробленого зі стеролів рослинної олії, джерелом якої є соя;
- *молоко* та продукти з молока (включно з лактозою), крім сироватки, яку використовують у виробництві спиртових дистилатів та лактитолу;
- *горіхи*: мигдаль, лісовий горіх, волоський гріх, кеш'ю, пекан, бразильський горіх, фісташка, макадамія, продукти з цих горіхів, крім горіхів, які використовують у виробництві алкогольних продуктів перегонки;
- *селера* та продукти з селери;
- *гірчиця* та продукти з гірчиці;
- *насіння кунжуту* та продукти з насіння кунжуту;
- *двоокис сірки та сульфіти* у концентрації понад 10 мг/кг або 10 мг/дм³ у розрахунку на сумарний обсяг оксиду сірки, що розраховують для продуктів, які пропонують як готові до споживання або відновлені згідно з інструкціями виробників;
- *люпин* та продукти з люпину;
- *молюски* та продукти з молюсків.

У закладах ресторанного господарства виробничий та обслуговуючий персонал повинен знати ці чотирнадцять «ризикових складових» і чітко дотримуватися санітарно-гігієнічних вимог, окремо зберігати продукти з алергенами, використовувати різну тару та обладнання, намагатися уникати перехресного забруднення, обов'язково маркувати продукцію з алергенами.

Інформація щодо наявності алергенів у кулінарній продукції має бути доступна споживачу у будь-який момент і розташована у легкодоступному та видному місці, наприклад, у куточку споживача. Кращим рішенням буде чітке позначення всіх алергенів в меню закладу біля кожної страви (виділені іншим шрифтом або кольором). Також можна використовувати піктограми (з розшифровкою) – сьогодні це найпопулярніше рішення.

Відсутність інформації про алергени у готовій кулінарній продукції у разі проведення інспекції є підставою до штрафних санкцій закладу ресторанного господарства в сумі до 140 тис.грн.

Висновок. Беручи до уваги актуальність цього питання та велику кількість людей різних вікових груп, які страждають від харчової алергії, виникає необхідність не лише в обов'язковому інформуванні споживачів, а й чіткому контролю харчових продуктів та кулінарної продукції закладів ресторанного господарства на наявність в них харчових алергенів.

Література

1. Закон України №2639-VIII «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів».

СЕКЦІЯ 6
«ЦИФРОВІЗАЦІЯ В ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА
ТУРИЗМІ»

1. МОЖЛИВСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Яненко Л.П.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Розумна цифровізація нашого життя має допомогти владі не боятися зростання кількості населення, а відкрити нові шляхи ефективного унормування нашої праці, відпочинку та побуту з метою оптимізації використання ще наявних залишків природних ресурсів і дотримання закону самодостатності людини, будинку, міста, району та країни.

Результати. Далі наводимо декілька прикладів можливого застосування сучасних досягнень цифровізації у готельно-ресторанному бізнесі та туризмі.

1. Вже наявні в Інтернеті цифрові бази персональних даних, особливо відбитків пальців та іміджі облич значно спростять роботу ще потрібних зараз служб охорони, а також надійність та безпеку наших клієнтів.
2. Значно покращить апетит відвідувачів можливість самим подивитися за допомогою QR-коду про походження, терміни виготовлення та зберігання підозрілих складових ресторанного меню.
3. Більш детальні данні про бажаних стати туристами (наприклад, їх QR-код) також значно зменшать кількість випадків туристичного шахрайства.
4. Зрозуміло, що мільйони ресторанних роботів, що вже реально працюють з відвідувачами, також вимагають найсучасніших засобів цифровізації, в тому числі щодо розпізнавання їх мови та можливості слухних відповідей.
5. Особливо важливо звернути увагу на початок виробництва та масового впровадження в наше життя шоломів віртуальної реальності з принципово новими можливостями імітації реального довкілля. Тепер за допомогою вже накопичених у таємних BigData характеристиках кожного мешканця нашої планети в результаті діяльності ГАМАМА (Google + Amazon + Meta (раніше Facebook) + Alibaba + Microsoft + Apple) через такі шоломи буде отриманий доступ до наших персональних бажань і уподобань, що значно прискорить перетворення мільярдів поки що Homo sapiens на слухняних біороботів. Фахівцям готельно-ресторанного бізнесу та туризму слід дуже уважно віднестися до впровадження в Україні таких шоломів віртуальної реальності, які вже почали виробляти дуже потужні ТНК, перш за все Meta та Microsoft, під виглядом новітніх пристосувань для ігор молоді та on-line туризму.
6. Фахівці готельно-ресторанного бізнесу та туризму відіграють суттєву роль в процесах глобалізації, тому їх знання тонкощів цифровізації населення може реально запобігти цунамі цифрової колонізації людства, для чого потрібно готувати свої відповідні комп'ютерні засоби та національних спеціалістів.

Висновок. Від освіченого розуму і незалежної свідомості кожної людини залежать наслідки масової комп'ютеризації нашого життя. В умовах явної агонії світового капіталізму населення планети має починати розбудову принципово нового соціального ладу – Ноосфери – спільної цивілізації креативного розуму та творчої праці кожного.

2. ТРЕНДИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Михієнко Я.А.

Дулька О.С., к.т.н

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. Ресторанний бізнес є висококонкурентним і ризикованим. Його тренди швидко змінюються. Власник отримує значний прибуток, якщо втілює актуальні ідеї, концепції і веде маркетингову стратегію, яка вдало організовує роботу закладу.

Матеріали та методи. Використано логістичні способи забезпечення якісного обслуговування клієнтів.

Результати. Карантинні вимоги суттєво впливають на роботу закладів ресторанного господарства. Значна їх кількість припинила роботу або стали нерентабельними. Є, також, такі, що переорганізували свою роботу, внесли корективи та отримали значний прибуток і набули широкої популярності.

Доставка їжі з ресторану та здійснення онлайн-замовлень стали важливими трендами останніх років. Культура доставки їжі розвивається швидкими темпами, а тим більше під час пандемії та воєнного стану, коли заклади закриті для відвідування, а реалізація продукції здійснюється тільки «на винос». В Україні цей сегмент за останні 5 років збільшився на 35%.

Послуги з доставки передбачають використання нових технологій та функцій, що призводить до спрощення механізму замовлення. При цьому соціальні мережі стали рушійним механізмом. Заклади, що стали мультиканальними і поєднують онлайн та офлайн продажі ефективно використовують свої ресурси для збільшення продажів.

Другим трендом стала автоматизація та діджиталізація, що вирішує одну з основних проблем ресторанного бізнесу, а саме – економлять кошти та час на пошук, освіту та утримання персоналу, а найголовніше – оптимізує швидкість обслуговування та заощаджує фонд оплати праці.

Паперове меню є застарілим, його заміником стало віртуальне меню, яке завантажується QR-кодом. При цьому гість сканує код і меню відображається у смартфоні. Завдяки такому способу клієнт може дізнатися про умови доставки, ознайомитись з історією ресторану, завантажити дані карток лояльності, акційні пропозиції, залишити відгук.

Висновок. Необхідно оптимізувати роботу закладів ресторанного господарства для задоволення потреб клієнтів та надання високоякісного сервісу. Для утримання на ринку послуг власникам потрібно слідкувати за актуальними трендами та оптимізувати забезпечення потреб клієнтів.

Література

1. Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості України. Державна інноваційна фінансово-кредитна установа. «Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес» URL <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/> (дата звернення 29.04.2022 р)

3. ПОРТАТИВНІ POS-ТЕРМІНАЛИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННИХ ГОСПОДАРСТВ

Кладченко Я.О., здобувач

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. Ресторанним господарствам для успішної конкурентної діяльності необхідно залучати інноваційні технології у свою практику. За останнє десятиліття ресторанний сектор швидкими темпами розвивався, насамперед, завдяки впровадженню нових технологій та еволюції смаків відвідувачів закладу. Зараз є можливість вибрати між доставкою, їжею на винос та харчуванням у закладі. Люди прагнуть мінімізувати час на очікування. Більше того, все частіше відвідувачі ресторанних господарств хочуть, щоб їх їжа відповідала всім їхнім дієтичним вимогам, а також перевищувала очікування та відповідала смаковим уподобанням.

Актуальність теми. Раціональне застосування портативних POS-терміналів дозволяє забезпечити та підвищити ефективність діяльності підприємств, що є актуальним в готельно-ресторанному господарстві.

Матеріали та методи. Проведений огляд та аналіз застосування портативних POS-терміналів, їх переваги при впровадженні для ресторанних господарств.

Результати та обговорення. Портативне обладнання POS-термінали, як правило, є доступнішим, ніж стандартні POS-системи, з меншою авансовою оплатою за обладнання та налаштування. POS-термінал, зазвичай, складається з монітора, системного блоку, дисплея покупця, програмованої клавіатури, зчитувача карт, друкувального пристрою, фіскальної частини і програмного забезпечення, має інтерфейс для взаємодії з користувачем, якому необхідно знайти товар і дізнатися його ціну, термін придатності [2]. Портативні POS-термінали надають можливість персоналу ресторану закрити чек одним відвідуванням столу [3]. За допомогою портативної системи можливо витратити менше часу, одночасно, пропонуючи якісне обслуговування гостям закладу більш ефективно. Інакше, це вдале рішення для сфери послуг (ресторанів, кафе, барів, клубів). “Мобільний офіціант” допомагає звести до мінімуму помилки в замовленні, усунути проблеми забутих замовлень і пропущених столиків. Бездротове робоче місце офіціанта забезпечує легкий прийом і передачу замовлення, як в приміщенні, так і на вулиці [1]. Персонал може витратити більше часу на спілкування з відвідувачами замість того, щоб зосередитися на запам’ятовуванні замовлень або поспішати до стаціонарного терміналу. Це також може звести до мінімуму стрес співробітників, який може призвести до більшої задоволеності та підвищення рівня утримання персоналу підприємства ресторанного господарства. Оскільки, портативні POS-термінали дозволяють клієнтам робити та оплачувати замовлення за столом, офіціанти можуть підвищити швидкість і точність замовлення. Крім того, гості витрачають менше часу на очікування їжі та оформлення рахунку.

Основні переваги портативних POS-терміналів в тому, що все більше споживачів віддають перевагу швидкому обслуговуванню й для бізнесу важливо мати можливість оптимізувати, автоматизувати та покращити свою діяльність. Для підприємств ресторанного господарства впровадження портативних POS-систем може призвести до збільшення швидкості процесів оплати та збільшення товарообігу. Портативні POS-системи можуть обслуговувати столи в ресторанах на 15-20% швидше, ніж персонал на стаціонарному обладнанні [1]. Це може призвести до значного збільшення продажів для ресторанного підприємства із великим обсягом продажів.

POS-системи можуть підвищити точність аналізу даних про замовлення, а також видимість цієї важливої інформації. У результаті підвищення рівня залучення клієнтів, реєстрацій у програмі лояльності ресторану, що допоможе отримати величезну кількість раніше невідомих даних. Портативні системи також надають співробітникам легкий доступ до цієї інформації, що дозволяє їм ефективніше реагувати на пропозиції та вимоги з боку відвідувачів підприємства ресторанного типу. Крім того, можливість підключення портативних POS-систем до віддаленого сервера або інших терміналів надає можливість налаштувати пристрої відповідно до конкретних потреб пристрою. Використовуючи портативні POS-термінали для обробки платежів, підприємства можуть збільшити ефективність своїх операцій, підвищити рівень задоволеності персоналу та клієнтів, а також отримати цінну інформацію про лояльність клієнтів і продажів. Це озброює організації даними, необхідними для відповідного реагування на потреби ринку.

Портативні POS-термінали – є цінними для підвищення ефективності виробництва праці ресторанного господарства, що в результаті призводить до збільшення прибутку, оскільки співробітники можуть обслуговувати більше клієнтів за менший проміжок часу. У результаті ресторани можуть миттєво покращити обслуговування гостей і плинність клієнтів.

Висновок. Отже, ресторанний бізнес повільно сприймає нові технології та креативні цифрові рішення. Оскільки, ресторани змінюють свою діяльність, щоб не просто вижити, а й процвітати в цьому новому безконтактному світі. Технології та інновації зіграли вирішальну роль в успіху ресторанних господарств, якщо не в їхньому виживанні. І безперечно, щоб керувати успішним рестораном – необхідно володіти сучасними технологіями.

Література

1. Heat pump configuration and installation [Електронний ресурс] // Level. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.level.org.nz/energy/space-heating/heat-pumps/>.
2. Legg, R. Unitary Systems. Fan Coil Unit Systems [Електронний ресурс] / Roger Legg, // ScienceDirect. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/fan-coil>.
3. «Організація і техніка обслуговування (для учнів ПТНЗ галузі ресторанного господарства)»: навч. посіб. / С. Г. Кравець, Н. П. Камінська, О. Г. Оліферчук, за наук. ред. С. Г. Кравець – К.: Інститут професійно-технічної освіти НАПН України, 2015. – 202 с.

СЕКЦІЯ 7
«СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ ТА
ВИМОГИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ
ОБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА,
ІННОВАЦІЇ В ЇХ ДИЗАЙНІ»

1. ЗАСТОСУВАННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛІ

Гончар І.М., здобувач,
Якобчук Р.Л., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Готелі є одними з найбільш енергоємних об'єктів з відповідно високими витратами на електроенергію. Для забезпечення високого сервісу та комфорту для гостей, щоденно готель використовує різні прилади, які споживають занадто багато електроенергії.

Зараз готелі витрачають багато коштів для забезпечення функціонування інженерних систем (опалення, вентиляція, освітлення та інше). Не завжди це використання продумане та необхідне, світло в готелі зазвичай горить у номерах та коридорах, навіть якщо там немає людей. Звичайний готельний номер може бути незайнятим майже 70% часу, при цьому використовувати системи освітлення, кондиціонування та вентиляції.

Актуальність теми. Оптимізація систем енергозабезпечення готелю дозволить зекономити кошти, які можна буде використати на інші більш важливі напрями його розвитку. Впровадження енергоефективних методів дозволяє підвищити комфорт гостей, підвищити естетичну цінність готелю, зменшити кількість збоїв у системі обслуговування тощо. Таким чином, для впровадження ефективного енергоменеджменту, необхідно слідкувати за технологіями та активно впроваджувати їх у свій бізнес, що є актуальним сьогодні.

Матеріали та методи. Проведено аналіз сучасних методів і технологій, що впливають на енергоефективність готелів, їх переваги і недоліки.

Результати та обговорення. За останні роки технології значно розширились і стали доступнішими. Тому, впровадити спеціальні заходи щодо енергозабезпечення можливо як і в готель, що тільки проектується і навіть у вже існуючий. Серед великої кількості методів, які варто впровадити в готель можна виділити декілька найбільш ефективних.

Теплові насоси. Повітряні теплові насоси дозволяють передавати тепло ззовні будівлі всередину (або навпаки). Наука, що лежить в основі ASHP (тепловий насос повітряного джерела), включає використання принципів стиснення і охолодження пари для поглинання тепла з одного місця і його передачі в інше. Перевага для готелів полягає в тому, що ASHP можна використовувати як енергоефективні обігрівачі або охолоджувачі приміщень. Існує два основних типи повітряних теплових насосів:

- *Теплові насоси повітря-повітря*, які поглинають тепло зовнішнього повітря, а потім передають його безпосередньо у ваш будинок через систему вентиляторів для обігріву приміщення;

- *Теплові насоси повітря-вода*, які поглинають тепло із зовнішнього повітря, а потім передають його через систему центрального опалення, щоб забезпечити опалення гарячої води, радіаторів або теплої підлоги у внутрішньому приміщенні (або всіх трьох).

Основними перевагами насосів є: низькі викиди вуглецю, економія коштів на електроенергію, може використовуватись як для опалення так і для охолодження, для нагріву води, високий сезонний коефіцієнт продуктивності, легкий процес встановлення, низький рівень обслуговування, тривалий термін служби. Недоліками таких насосів є: нижчий коефіцієнт теплопостачання ніж у нафтових та газових котлів, будівля має бути добре утеплена, втрата ефективності при температурі нижче нуля, можуть бути шумними.

Технологія розумного освітлення. Це рішення для освітлення розумних будинків, підключених до Інтернету. Ліхтарі можуть приймати рішення, дотримуватися розкладів і дистанційно керуватися за допомогою програми для смартфона, особистих помічників, що активуються голосом, або технології IFTTT (If This Then That) на основі умов. Технологія розумного освітлення також дозволяє готелям краще розуміти свої потреби в енергії, автоматизувати їх споживання та адаптуватися в режимі реального часу до змін у кількості людей. Перевага – економія електроенергії та коштів, зручне автоматизоване керування світлом, налаштування для різних категорій людей та пору доби, невисока ціна.

Розетки автоматичного вимкнення. Це розумні маленькі пристрої, які автоматично відключають обладнання, яке залишається в режимі очікування, що дозволяє зменшити витрати енергії. Це просто розумні розетки, які використовують інфрачервоні датчики або таймери для відключення живлення будь-якого підключеного пристрою, коли пристрій не використовується або кімната не зайнята.

Сонячні панелі. Технологія сонячної енергетики пропонує підприємствам подвійні можливості: зменшити споживання енергії з мережі та продати надлишок виробництва назад у цю мережу. Таким чином, готелі можуть заощадити на своїх витратах на електроенергію та субсидувати будь-яке споживання енергії, за яке вони ще мають платити. Перевагами використання такого виду енергії є: тотальна та миттєва економія коштів, збереження навколишнього середовища, високоефективне джерело енергії, залучення гостей з електроавтомобілями, реінвестування зекономлених коштів, доступність у монтажі та вартості, відсутність ризику короткого замикання, маркетинг готелю.

Висновок. Поєднання наведених методів та систем, а також інших, представлених широко на ринку, альтернативних джерел енергії, дозволить готельній індустрії стати більш екологічно відповідальною, що піклується про енергоефективність готелю.

Література

1. Energy Management Savings Tips for Hotels [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.shipleenergy.com/resources/commercial/energy-management-savings-tips-for-hotels> (дата звернення 06.05.2022) – Назва з екрана.
2. Key Energy Efficiency Solutions for Sme Hotels [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415038> (дата звернення 06.05.2022) – Назва з екрана.
3. Hotels and motels [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://esource.bizenergyadvisor.com/article/hotels-and-motels> (дата звернення 06.05.2022) – Назва з екрана.

2. СУЧАСНЕ РІШЕННЯ З МІНІМІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ДЛЯ ГОТЕЛЮ

Кобелянська Є.Б., здобувач

Якобчук Р.Л., к.т.н

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ) м. Київ*

Вступ. Сучасні умови та нестійкий характер сьогоденного розвитку проявляється в виснаженні природних ресурсів. Тому необхідно знаходити нові джерела використання електроенергії. Використання сонця стає все більш популярним і знаходить реалізацію в установках фотопанелей та геліосистем.

Актуальність теми. Автономна сонячна електростанція незамінна в тих ситуаціях, коли немає можливості підключитися до електромережі загального користування. Вона є джерелом якісної і стабільної електроенергії. Сонячні електростанції застосовуються, якщо має місце повна відсутність електромережі, перебої з електроенергією, нестача потужності або ж мінімізація та заощадження.

Матеріали та методи. Опрацьовано сучасні літературні джерела, інтернет-ресурси.

Результати та обговорення. Нещодавно на березі Чорного моря український боксер Василь Ломаченко, чемпіон світу у легкій вазі, відкрив власний сучасний готель «Loma Club» у Затоці Одеської області. Саме тут, українська компанія Solar Tech встановила сучасну систему, яка практично повністю покриває потребу готелю в енергії.

Перш за все, це геліосистема. Згідно з розрахунковими нормами, персоналу та гостям готелю щодня потрібно близько 10 тис. літрів гарячої води. Для цього готель розмістив на даху два поля сонячних колекторів. Сонце нагріває теплоносії, який надходить в котельню. Циркуляцію води забезпечують дві частотні помпи Wilo.

Система розділена на три контури – контур геліоколекторів, контур резервуарів і контур проточної води. Вони пов'язані між собою за допомогою теплообмінників, які виключають зіткнення рідин. Технічне рішення дозволяє уникнути застою води і перегріву.

А тепер декілька слів про сонячні електростанції. Розрахунки даних систем показують, що в пік туристичного сезону готелю потрібно близько 90 кВт на годину. Для цього інженери Solar Tech встановили три інвертори по 30 кВт кожний. Енергію збирають сонячні панелі сумарною потужністю 100 кВт на годину [1].

Висновок. Таким чином, «Loma Club» повністю забезпечує себе енергією і мінімізує споживання її з міської мережі.

Література

1. Автономні та гібридні сонячні електростанції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://solar-tech.com.ua/ua/complete-systems/avtonomnye-stancii/> (дата звернення 16.05.2022) – Назва з екрана.

2. Loma Club Hotel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lomacclubhotel.com/> (дата звернення 16.05.2022) – Назва з екрана.

3. ТЕПЛОВІ НАСОСИ ТА ФАНКОЙЛИ ДЛЯ ОПАЛЕННЯ І КОНДИЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ГОСПОДАРСТВ

Кладченко Я.О., здобувач,
Якобчук Р.Л., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Сьогодні у готельно-ресторанних господарствах все частіше шукають напрями та устаткування, що дозволить якісно і раціонально забезпечувати мікроклімат у серединні приміщень. До таких устаткувань відносять теплові насоси та фанкойли. Вони застосовуються в основному для опалення та кондиціювання повітря в приміщенні.

Актуальність теми. Раціональне застосування цього устаткування дозволяє забезпечити якісні показники мікроклімату приміщень та зменшити витрати на енергоносії, що є актуальним в готельно-ресторанному господарстві.

Матеріали та методи. Проведений огляд та аналіз застосування теплових насосів та фанкойлів, їх переваги при забезпеченні мікроклімату приміщень.

Результати та обговорення. Теплові насоси призначені для повноцінного опалення і кондиціювання приміщень. Досить широкий діапазон потужності (від 5 до 20 кВт/год) дозволяє підібрати агрегат для приміщень готельно-ресторанного типу площею від 70 до 320 м², що дозволяє отримати всі необхідні функції для комфортного і якісного опалення приміщення взимку, а також кондиціювання влітку.

Головними перевагами теплових насосів є відносно невисока вартість за комплекс необхідних можливостей. Робочий діапазон температур зовнішнього повітря при нагрівання від -25С⁰ до +35 °С, для охолодження – це від 0 °С до +35 °С. Робочий діапазон температури води від +7 °С до +55 °С. При цьому, трубки гідравлічного контуру для оптимальних приміщень, гарно утеплених, загальною площею від 70 м² до 140 м² становить ¾ дюйма, а для приміщень загальною площею до 320 м² – 1 дюйм [2].

Основні переваги теплових насосів: робота на опалення приміщення, гаряче водопостачання і кондиціювання; робота на опалення приміщення до температури зовнішнього повітря -25 °С; інверторні компресори високої якості (Panasonic, Mitsubishi і т.д.); вбудований циркулярний насос, електронагрівач; управління зовнішнім (додатковим) джерелом нагрівання; можливість роботи по датчикам температури в приміщеннях; наявність спеціалізованих антивібраційних амортизаторів на компресорі (значне зниження рівня шумів); регулювання, що залежить від погоди, автоматичний перехід на зиму/літо.

Також у сучасних теплових насосах існують широкі можливості автоматизації, а саме: установка періоду економної експлуатації обладнання; коригування параметрів теплоносія по термостату приміщення; тарифна функція блокування пікового електроспоживання; можливість керування двома незалежними контурами опалення сигналом 0-10V.

Фанкойли все більше набирають популярності, так як безшумні у роботі, мають досить тонкий корпус, фільтр з очистки повітря, низьке енергоспоживання, універсально вмонтовуються у стіну чи стелі. Саме тому, більшість сучасних готельних або ресторанних господарств обирають цей пристрій, призначений для охолодження/нагріву повітря за рахунок тепло/холод носія, що циркулює через теплообмінник. Фактично, фанкойл – це теплообмінник з вентиляторами, а за призначенням це такі ж внутрішні блоки, як у спліт або мультизональних систем [1]. Вони дуже точно дотримуються заданої користувачем температури, і здатні швидко охолодити чи нагріти середні або великі приміщення. Наприклад, офісні приміщення, залу ресторану чи зону лоббі для готелю. Такий пристрій візуально може виглядати як звичайний кондиціонер (рис. 1).

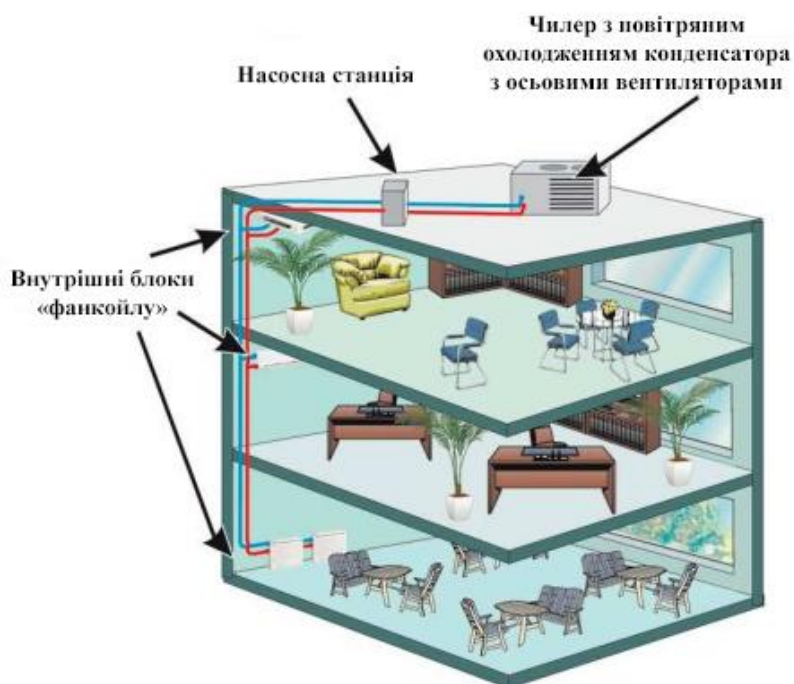


Рисунок 1 – Розміщення внутрішніх блоків, насосної станції та чилеру з повітряним охолодженням системи «фанкойл» в приміщенні ресторану

Висновок. Отже, фанкойл потужний та ефективний, що ідеально для приміщення, де звичайна спліт-система не впорається. Оснащення функцією додавання свіжого повітря та його очищення, що безсумнівно, покращить мікроклімат у приміщенні будівлі. Свіже повітря, так само, дуже важливе для гарного самопочуття гостей, клієнтів підприємства, як і комфортна температура. Тому рекомендується встановлювати фанкойли у великі та середні об'єкти.

Література

1. Heat pump configuration and installation [Електронний ресурс] // Level. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.level.org.nz/energy/space-heating/heat-pumps/>.
2. Legg, R. Unitary Systems. Fan Coil Unit Systems [Електронний ресурс] / Roger Legg, // ScienceDirect. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/fan-coil>.

4. ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ІНДУКЦІЙНИХ КОТЛІВ ПРИ ОПАЛЕННІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лахно А. І., здобувач,
Якобчук Р.Л., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Для будь-якого власника готелю першочерговою турботою є забезпечення максимального комфорту та зручностей своїх гостей. Багато готельєрів надають перевагу встановленню автономних систем опалювання, навіть при наявності можливості підключення до централізованих мереж теплопостачання, тому що це є більш економічно і енергоефективно. Завдяки використанню новітнього і ефективного обладнання, експлуатація автономних міні-котельні обходиться значно дешевше, ніж оплата за централізоване опалення за тарифами, які постійно зростають, а також робота власних міні-котельні є безперебійною, тому що не залежить від можливих аварій на теплоелектроцентралях або тепломережах.

Вибір певної автономної системи опалення для готелів може бути складним тому, що необхідно підібрати рішення, яке буде надійним і зручним, та не заважатиме гостям. Найпопулярнішими теплогенераторами є індукційні котли, що складаються з лабіринту труб, на який впливає індуктор – трансформатор. За рахунок електромагнітного поля індуктор швидко і дуже ефективно нагріває сердечник, який в свою чергу нагріває теплоносію. [1].

Серед основних переваг індукційних котлів варто відмітити такі:

- немає елементів, що схильні до зносу (за винятком труб);
- індукційний нагрівач застосовується в замкнутих системах теплопостачання;
- за 4 роки експлуатації не втрачає потужності;
- термін служби апарату визначається терміном служби електромагнітної котушки;
- індукційні нагрівачі мають коефіцієнт корисної дії 98%;
- в якості теплоносія застосовується вода.

Недоліки індукційних котлів:

- значні розміри і вага;
- висока вартість: ціна індукційних котлів пояснюється присутністю в системі управління інверторного пускача, який є дорогим обладнанням;
- установка тільки в закритій опалювальній системі;
- здатність створювати хвильові перешкоди.

Отже, на основі викладеного вище, можна прийти до висновку, що одними із передових енергозберігаючих приладів є індукційні котли. Різниця в ціні між індукційним і теновим котлом окуповується протягом першого опалювального сезону, і чим холодніше на вулиці, тим швидше він окупиться.

Література

1. Borsenik D., Stutts T. The Management of Maintenance and Engineering Systems in the Hospitality Industry. Fairmont Press. 2015. Vol. 1, no. 15. P. 21–25.

5. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 3D-ДРУКУ БУДІВЕЛЬ В СФЕРІ HoReCa

Хитрий Я.С. ас,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Аналізуючи сучасний стан розвитку сфері HoReCa, можна зазначити, що на сьогоднішній день йде перманентний пошук нових, більш сучасних методів і технологій, що відповідають принципам сталого розвитку. Виникає завдання по новому оцінити параметри результативності розвитку будівельних технологій в сфері гостинності. Однією з нових перспективних технологій є технологія 3D-друку як окремих конструкцій, так і будівель і споруд в цілому.

Матеріали і методи. У роботі використано метод стратегічного планування – при SWOT-аналізі будівельного бізнесу на основі використання 3D-принтеру. Досліджено питання впровадження інноваційних технологій в будівництві закладів в сфері HoReCa.

Результати. Останнім часом як пересічні громадяни так і представники різних видів економічної діяльності проявляють неприхований інтерес до технології 3D-друку. За досить короткий термін часу, що пройшла технологія з моменту появи перших 3D-принтерів, стало можливо друкувати різного роду предмети, машини і навіть людські органи і тканини. Одним із кроків на шляху розвитку технології 3D-друку став друк будівельних конструкцій та житлових будинків.

Використання 3D-технологій дає можливість зводити будівлі практично будь-якої форми, в першу чергу це дає дизайнерам і архітекторам можливість вільно мислити. Наступна можливість, яка відкривається при використанні 3D-технологій — це швидкість. Так, наприклад, в Шанхаї за добу звели десять 3D-друкованих будинків кожен площею в 200 квадратних метрів. Варто зауважити, що замість нових будівельних матеріалів компанією використовувалися будівельні та промислові відходи. Використовуючи комп'ютерне моделювання в конструкції будинків, можна закласти роз'єми під ізоляцію, трубопровід, електропроводку та віконні блоки.

Сьогодні провідні будівельні компанії світу мають можливості зводити житлові будинки за декілька днів і вже не приховують технологій будівництва та навіть діляться ними.

До переваг 3D-друку можна віднести покращання наступних параметрів:

- екологічність - можна будувати будівлі з екологічно чистих матеріалів;
- швидкість - вдалося побудувати будинок площею 38 м² лише за 24 години

машинного часу

Висновок. Обґрунтовано доцільність використання 3D-друку будівель в сфері HoReCa. Встановлено, що для більшості представників будівельної галузі цей спосіб побудови є новий. Ознайомившись із закордонним успіхом використання такої технології, відмічено велику швидкість будівництва без залучення великої кількості робітників та зниження собівартості 1м² 3D-будівництва в порівнянні з класичною технологією побудови.

6. ВИКОРИСТАННЯ ГЕЛІОТЕРМАЛЬНИХ СИСТЕМ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Абрамова А.Г., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ) м. Київ*

Вступ. Енергозбереження в готельній індустрії – це один з актуальних напрямків розвитку в сфері HORECA, і на практичному досвіді встановлені енергозберігаючі системи дозволяють заощадити близько 50% коштів, що виділяють на комунальні потреби підприємства.

Актуальність теми. Враховуючи постійну динаміку на зростання ціни на енергоносії, водні ресурси та опалення, впровадження інноваційних енергоефективних рішень в готельних підприємствах є перспективним шляхом для заощадження фінансів та забезпечення максимальної автономії підприємств.

Матеріали та методи. Для досліджень були використаний метод системного аналізу та спосіб наукового пізнання, для обробки та узагальнення інформації.

Результати та обговорення. Завдяки сучасним передовим технологіям, одним із найкращих джерел енергії є сонце. Коли будівлі оснащують свої дахи сонячними панелями, вони можуть максимізувати природну енергію в дні з ясним небом і навіть подавати надлишок сонячної енергії назад в електромережу. Зокрема, технологію сонячних панелей використовують в таких засобах розміщення України, як готелі - «Садиба Смотрицька Перлина» м. Кам'янець-Подільський, «Відпочинок у капітана» Затока, Одеська область, «Орхідея» на Черкащині, база відпочинку «Пелікан» Миколаївка, Одеська область. У Львові «Villa Stanislavskyi» не тільки обладнана сонячними батареями, але й наявні генератори та система очистки води, що дає змогу економити на енергоносіях [1].

Також в деяких українських засобах розміщення використовують геліотермальну систему, яка може підігріти практично будь-які об'єми води. Підігріту воду можна подавати в душові кабінки, пральні та посудомийні машини. Геліоколектори зазвичай розміщують на даху або на фасаді будівель. Розмір інвестицій при впровадженні геліотермальної системи в готельному бізнесі та громадському харчуванні знаходиться на рівні 6 \$ за літр гарячої води в добу. Термін окупності таких систем в сегменті HoReCa – від 4 років. Тобто такі системи характеризуються невисокими інвестиціями та швидкою окупністю [1]. Геліотермальні системи ефективно проваджені в санаторії «Куяльник» м. Одеса, та високогірній базі «Ковчег» гора Мегура.

Висновок. В готельних підприємствах України спостерігається позитивна динаміка на використання енергоефективних технологій.

Література

1. Геліосистеми в готельному бізнесі та ЗРГ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.atmosfera.ua/uk/rishennya/geliosistemi-v-gotelnomu-biznesi-ta-zakladax-gromadskogo-xarchuvannya/>

СЕКЦІЯ 8
«УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ ТА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ»

1. ВОЛОНТЕРСЬКА ІНІЦІАТИВА ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Гуль Я.В., магістрантка

Гузар У.Є., к.е.н.,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського, м. Львів

На сьогодні, в надважких умовах функціонування України, складно говорити про застосування інноваційних рішень, методів для ефективного функціонування закладів індустрії гостинності. Та беззаперечною підставою подальшого розвитку держави, економіки та її складових галузей є безперервна діяльність на благо української держави.

Однією із складових самостійних галузей економіки є індустрія гостинності, яка займає надзвичайно важливу нішу у її розвитку. Світова пандемія завдала чимало збитків функціонуванню закладів індустрії гостинності, та все ж змогли на ринку залишитися ті підприємства, які або мали можливість продовжувати діяльність через значні капіталовкладення, або ж ті, які могли самоорганізуватися, адаптуватися під реальні умови та прийняти стратегічно важливі рішення щодо подальшої діяльності.

Найбільшим та найжорсткішим викликом на сьогодні для сфери гостинності є війна росії проти України. У період складних умов життєдіяльності український бізнес сфери гостинності зміг самоорганізуватися та на засадах волонтерської ініціативи відкрити нові горизонти стратегічного бачення щодо теперішньої та майбутньої діяльності закладів на теренах України.

Волонтерство – це добровільна суспільно корисна діяльність, яка сьогодні є фундаментом для розвитку та життя нашої країни. Завдяки згуртованості людей, взаємопідтримки та відповідальності щодо несення волонтерської діяльності, врятовано багато життів. Саме волонтерство, на нашу думку, є одним із інноваційних методів підвищення конкурентоспроможності закладу індустрії гостинності в сучасних реаліях.

Багато закладів індустрії гостинності стали активними учасниками волонтерства та гідно виконують цей добровільний обов'язок тим самим викликають повагу, прихильність та створюють нову спільноту потенційних гостей.

Яскравим представником волонтерської ініціативи серед закладів індустрії гостинності Львівщини є ресторан «Дефіляда» у місті Новояворівську Яворівського району. Власниця закладу Людмила Шастало від початку війни в Україні активно втілювала у реальність волонтерські засади у своїй ресторації. Ключовою ідеєю такої необхідної діяльності було виготовлення сухих пайків перших страв – борщу, різноманітних супів, юшки тощо. Наприклад, суха суміш борщу розрахована на 4-5 літрів води, час на приготування страви – 30 хвилин. А грибну юшку потрібно настоювати 5-7 хвилин та вона готова до споживання. На кожному упакуванні «автори» таких сухпайків приготували

побажання для українських захисників, що дуже мотивують до перемоги [1]. Завдяки коштам місцевих волонтерів, мешканців міста вдалося закупити велику кількість овочів та шафу для сушіння сировини. Не байдужі люди особисто зголошувалися на запрошення власниці ресторану «Дефіляда» щодо обробки овочів для сухих пайків. Таким чином, за період березень-квітень 2022 року вдалося приготувати 20 тисяч порцій сухих пайків для захисників української землі.

Ресторан «Дефіляда» – це яскравий приклад того закладу, який сьогодні, завтра і в майбутньому буде відвідувати український гість і не лише. Саме на основі таких конкурентних позицій, як волонтерська ініціатива, патріотичність, збереження українських традицій, безкорисливість повинна формуватися модель конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності в Україні під час війни та після перемоги українського народу.

Смарт ф'южн ресторан «WA» у Львові працює як ресторан і штаб підтримки ЗСУ. Кожного дня команда «WA» на волонтерських засадах готує обіди для військових ЗСУ та тероборони. Також намагаються закривати нагальні потреби захисників і захисниць – закуповують сумблімовану їжу, крупи, консерви, свіжі овочі, енергетики, одяг, взуття, поліпропіленові мішки, ліхтарики та інші необхідні речі.

Деякі позиції з меню у теперішніх умовах недоступні. Проте 40% з кожного чеку передають на потреби ЗСУ та ТерО, витрачають на закупівлю бронезилетів та касок, перераховують фонду «Повернись живим». Іншу частину прибутку – на підтримку команди «WA» [2].

Не менш яскравим представником волонтерської ініціативи є команда ресторану «LA П'ЄЦ» – української піцерії заснованої у Львові, яка веде соціально-відповідальний бізнес. Коли почалася війна, команда «LA П'ЄЦ» не змогла стояти осторонь та розпочала допомагати захисникам різними способами: за день за допомогою продажу віртуальної піци заклад зібрав 200 тисяч гривень і перерахував їх у фонд «Повернись живим», а за кілька днів виробництво перетворили на пункти прийому їжі, де на кухні почали готувати страви для військових, тероборони, волонтерів і переселенців. За перший місяць війни команда «LA П'ЄЦ» зуміла: безкоштовно доставили приблизно 6500 піц, з них – для ТрО 3000, волонтерам – 3000, переселенцям - 500; приготувати 9000 обідів для військових; купити пікап та медикаменти на 800000 гривень [3].

Також до допомоги Україні та нашим військовим долучився відомий на всю країну «Холдинг емоцій!FEST». Компанія виготовляє пайки «Їжа на день» – це універсальний набір продуктів, розрахований на харчування однієї дорослої людини на одну добу (в разі відсутності гарячої води) або на 1,5 доби (якщо доступ до гарячої води є). Всі інгредієнти набору мають довгий термін придатності, невибагливі до умов зберігання та прості у приготуванні.

Також заклад створив фонд «Вільних та Небайдужих», в часі війни сформували «Гуманітарний штаб» разом з Львівською міською радою і допомагають переселенцям, які не мають фінансів, тимчасово виїхати закордон та отримати там соціальну підтримку [4].

Висновок. Отже, волонтерська ініціатива закладів індустрії гостинності в умовах війни є беззаперечним доказом того як бізнес у складних умовах може не лише повернутися до свого функціонування, а й ефективно надавати допомогу тим, хто її потребує. Спільними зусиллями закладів ресторанного бізнесу та не байдужих громадян, волонтерів вдалося організувати дієву допомогу ЗСУ, загонам ТрО, внутрішньо переміщеним особам, що ще раз доводить: у складних умовах бізнес може не лише зберегти своє функціонування, а й мати перспективи розвитку в майбутньому. Заклади гостинності залишаються осередком не лише проведення дозвілля, але й дієвої допомоги державі та армії.

Література

1. Офіційна сторінка ресторану «Дефіляда» URL: <https://www.facebook.com/defilada.restaurant>.
2. Офіційна сторінка ресторану WA URL: <https://wa.lviv.ua/>.
3. Офіційна сторінка LA П'ЄЦ URL: <https://la.ua/>.
4. Офіційна сторінка Холдингу емоцій!FEST URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/>.

2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО МОДЕРНІЗАЦІЇ ФОРМАТУ «CASUAL DINING» В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Постова В.В., к.е.н.,

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
(ВТЕІ ДТЕУ), м. Вінниця*

Не зважаючи на кризові 2020-2022 роки в діяльності ресторанних господарств, даний бізнес продовжує розвиватися. Заклади адаптовувалися до карантинних вимог, а гості продовжували відвідувати улюблені місця. До війни, конкуренція у сфері ресторанного бізнесу постійно зростала, а тому закладам необхідно приходити до нових трендів та концепцій у своїй діяльності. Також з'являються нові формати закладів, які вже набули популярності в Європі [1]. Інновації на ринку послуг сприяють тому, що заклади ресторанного господарства можуть сформувати власний сегмент споживачів за спільними інтересами (здорове харчування, вегетаріанство, кето дієти та інше).

Формат ресторану «Casual Dining» за останні декілька років набрав популярності в Україні. Відповідно, для того, щоб залишатися «в тренді» та бути цікавим для цільової аудиторії, у найближчі декілька років після закінченні війни, можна й надалі дотримуватися даного напрямку. Крім того, якщо заклад позиціонує себе як ЕКО-ресторан, що було трендом 2021-2022 років, тому даний напрямок теж рекомендується розвивати та підлаштовувати діяльність підприємства ресторанного бізнесу під потреби цільової аудиторії.

Наведемо пропозиції щодо модернізації ресторану формату «Casual Dining»:

1. Використання концепції «Zero Waste» під час приготування страв, тобто максимально повністю використовувати сировину та мінімізувати кількість відходів: кістки риби та тварин, овочеві очистки використовувати для приготування бульйонів, фруктові очистки – для приготування компотів, узварів, смузі.

За різними дослідженнями близько 30% відходів у ресторанах – недоїдені страви. Саме тому закладам ресторанного бізнесу можна віддавати рештки готових страв, наприклад, до муніципального притулку для безпритульних тварин.

2. Відмова від одноразових та пластикових контейнерів для зберігання їжі: можна використовувати гастроємності з нержавіючої сталі, термін експлуатації яких значно довший, ніж наявних пластикових контейнерів.

3. Відмова від пластикового посуду для видачі страв та напоїв «на виніс»: з 10 грудня 2021 року в Україні заборонене безкоштовне розповсюдження пластикових пакетів. Їх можна замінити на паперові крафтові пакети. Для видачі страв «на виніс» або на доставку можна використовувати паперові ланч-боксы для готових кулінарних страв на три секції (вартість такого ланч-боксу складає 7,1 гривень) [2]. В Україні є можливість замовляти ЕКО-посуд: столові

прибори, ланч-бокси, стакани, кришки, тарілки, соусники за доступними цінами (наприклад, в інтернет-магазині Біотоварів «Green Pack») [3].

4. Розподіл відходів на папір, скло, метал та органічні відходи (від пластику повністю відмовитися, органічні відходи мінімізувати). Далі відходи можна передати до місцевого сміттєпереробного заводу. Для цього необхідно встановити окремі контейнери як на території закладу, так і у виробничих приміщеннях.

5. Виокремлення ЕКО-страв у меню ресторану.

6. Відмовитися від використання Wi-Fi, щоб гості могли максимально відволіктися та бути у гармонії з природою. При цьому в адміністратора буде підключення до інтернету для прийому online-замовлень. Крім того, у закладах ресторанного бізнесу має бути відокремлена невелика Wi-Fi-зона для вирішення невідкладних справ, що потребують підключення до інтернету.

7. Установити станцію для зарядки електромобілів для проїжджих, що є досить актуально для ресторану даного формату, який може знаходитися на автомагістралі міждержавного значення [4]. Вартість установки однієї станції (наприклад, ElectroS 21) становить 26,4 тисяч гривень. При цьому вартість зарядки одного автомобіля марки Nissan Leaf до повної зарядки становить в середньому 150 гривень, Tesla Model S – 390 гривень. Для підзарядки потрібно мінімум дві години. Цей час відвідувачі можуть провести у закладі, замовити смачні страви.

8. Організація відпочинку на природі (рибалки). На даний час порибалити на березі озера можна лише у теплу пору року. Для цього є усі умови: снасті, наживки та навіть човен. Проте зимова рибалка також користується популярністю серед рибаків. Один комплект рибачього обладнання для зимової рибалки у магазині «Епіцентр» коштує близько 1700 гривень, а вартість рибалки за годину за тарифами закладу може скласти 100 гривень. Для любителів, які можуть сходити на зимову рибалку не частіше одного разу на місяць, така пропозиція є досить вигідною.

Отже, наведені заходи також стосуються і закладів швидкого харчування, де так само можна використовувати концепцію «Zero Waste», відмовитися від пластикових контейнерів та пластикового одноразового посуду, сортувати відходи, готувати ЕКО-страви.

Література

1. Давидова О.Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 11. С. 459–464.

2. Завальнюк В.В. Розробка методики проектування маркетингової підсистеми в системі стратегічного управління інноваціями. *Причорноморські економічні студії*. 2016. №. 7. С. 112-116.

3. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2015. № 1 (2). С. 92–99.

4. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. Київ, 2019. 215 с.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Давидова О.Ю., д.е.н.,

*Харківській національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(ХНЕУ ім. С. Кузнеця) м. Харків*

В умовах становлення ринкової економіки подальший розвиток готельно-ресторанного господарства вимагає підвищення конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та світовому ринку. Однак неможливо розробити пропозиції, єдині для усіх підприємств готельно-ресторанного господарства, які забезпечили б гарантований успіх. Рекомендації з удосконалення та розвитку готельно-ресторанного господарства найбільш доцільні для кожного конкретного ринку (міжнародного, внутрішнього, регіонального, місцевого). Тому, в сучасних умовах значної нерівномірності розвитку регіонів України, необхідно особливу увагу приділяти розробці регіональних стратегій розвитку готельно-ресторанного господарства, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності й економічної ефективності регіональних підприємств.

У період сьогодення підприємство готельно-ресторанного господарства являє собою складне підприємство, в якому зайняті сотні людей різних професій для забезпечення обслуговування туристів. Кадровий склад підприємства готельно-ресторанного господарства достатньо складний і різноманітний, до якого входять фахівці різного рівня кваліфікації і різної професійної спрямованості. По суті своїх функціональних обов'язків частина персоналу спілкується безпосередньо зі споживачами, надаючи їм послуги готельно-ресторанного господарства, інша частина персоналу працює без безпосереднього контакту зі споживачами, але від якості роботи кожного працівника залежить задоволення споживачів рівнем сервісу, їхнє ставлення до даного підприємства.

Готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш надійних секторів глобальної економіки і має високий потенціал навіть в кризові часи. Готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують в середовищі багатовимірної конкуренції, за якої ефективне господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій.

Зростання конкуренції у сфері готельно-ресторанного господарства вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження інфраструктурних і технологічних та інших інновацій у діяльність підприємств. У світі накопичено великий досвід успішного ведення готельно-ресторанного бізнесу на основі систематичного впровадження інновацій [1].

В нестабільних умовах господарювання неефективна діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства підприємств вимагає якісних змін. Такими змінами виступають формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Проте,

перед керівництвом підприємств стоїть питання вибору таких тактичних та стратегічних напрямків інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства, що будуть максимально ефективними та матимуть довгостроковий позитивний ефект [2].

Отже, за умови формування інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства як економічними системами може бути отриманий ефективний результат діяльності підприємства, а саме найголовніше буде задоволений попит споживачів, що надасть можливість розширити ринки, вийти на нові конкурентні ринки, отримувати додатковий дохід.

Темпи зміни зовнішнього середовища часто не дозволяють підприємствам готельно-ресторанного господарства своєчасно реагувати на них. У цьому разі зростає частота появи несподіваних та непередбачуваних для підприємства загроз. Інноваційне управління підприємствами готельно-ресторанного господарства у таких умовах вимагає застосування дієвих підходів у сфері стратегічного управління. Це значною мірою дозволить здійснювати активно-адаптаційне управління підприємством за рахунок швидкого пристосування до умов функціонування та створити передумови стабільного їх розвитку.

Підприємствами готельно-ресторанного господарства обов'язково, для підсилення своїх конкурентних переваг та виходу на нові ринки, необхідно формувати стратегії розвитку, з урахуванням відбору стратегічних альтернатив.

Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства охоплює всі сфери діяльності й на підставі цього допомагає оперативно планувати, прогнозувати, контролювати майбутню діяльність. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства мусить забезпечувати керівництво такою інформацією, що дозволить приймати управлінські рішення з урахуванням їх економічних наслідків, контролювати процес їх здійснення та формувати стратегію розвитку.

Висновок. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства дозволить забезпечити керівників достовірною інформацією, що сприятиме визначенню оптимальних шляхів розвитку підприємства та прийняттю ефективних інноваційних управлінських рішень. Особливістю інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства є орієнтація на детальний розгляд складових та показників, що розкривають сутність складових. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства відіграє важливу роль у розробці стратегії розвитку підприємства та його адаптації в ринкових умовах.

Література

1. Давидова О.Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: концептуальний аспект / Бізнес Інформ: наук. журнал. 2018. № 6(485). С. 139–144.

2. Прохорова В.В., Давидова О.Ю. Ієрархічна система стратегій інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства на активно-адаптивних засадах. Проблеми економіки. 2018. № 2. С. 242–250.

4. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ

Горішна Г.П., викладач-методист

*Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
(ТФКХТіТ) м. Тернопіль*

Актуальна проблема, яка турбує кожного з нас в умовах оптимізації фахової освіти – формування в студентській молоді позитивного ставлення до набуття знань.

В наш час гостро постає питання поліпшення теоретичної та практичної підготовки спеціалістів для харчової галузі. Особливої актуальності набуває пошук внутрішніх резервів підвищення ефективності навчально-професійної діяльності майбутніх фахівців. Такими внутрішніми джерелами активності особистості у процесі набуття знань, умінь і навичок, необхідних для подальшого навчання, самоосвіти та майбутньої професійної діяльності, є насамперед мотиви, потреби, інтереси, прагнення, ставлення до навчання.

У дослідженнях, присвячених цій проблемі, простежується думка, що одним із шляхів підвищення мотивації студентів до навчання є впровадження у навчально-виховний процес інноваційних освітніх технологій, які спряють підвищенню якості навчання і водночас забезпечують зацікавленість студентів до пізнавальної і творчої діяльності. Адже, як правило, краще засвоєння нового матеріалу відбувається у тому випадку, якщо в нього вносяться елементи інновацій.

Технології медіаосвіти сьогодні, в час пандемії, передбачають залучення до навчального процесу як традиційних засобів масової інформації, так і засобів новітніх інформаційних технологій та платформ.

Застосування досягнень новітніх медіатехнологій відкриває перед викладачами та студентами нові можливості, наочно розширює та урізноманітнює зміст навчання, методи та організаційні форми навчально-виховного процесу, забезпечує високий науковий та методичний рівень викладання. Вони дозволяють застосовувати на заняттях відеоролики, мультимедійні презентації, електронні підручники, використовувати можливості мереживних технологій та платформ ZOOM, MIED. Як засвідчує практика, під час застосування інноваційних технологій інтерес студентів і їх мотивація до освоєння навчального матеріалу підвищується тоді, коли у навчальний процес включені різні підходи: анімаційні ролики, відеозвернення викладача, звукове супроводження навчального матеріалу та динамічне викладання тем дисциплін

Ще одним аспектом інноватики навчального процесу є використання такої нетрадиційної методики, як телеміст та кейс-метод. Проведення занять із застосуванням телемоству значно підвищує професійну мотивацію студентів, оскільки дає можливість поспілкуватися з представниками харчових виробництв, з перших уст отримати відповіді на питання та вирішення виробничих ситуацій, які пов'язані з опануванням майбутньої професії. Кейс-метод відкриває перед студентами значно більші можливості поділитися своїми знаннями, досвідом і уявленнями, тобто навчитися не тільки у викладача, а й один у одного. Такий метод сприяє впевненості студентів у собі, у своїх здібностях, а що найголовніше – формує професійну мотивацію, професійну свідомість та конкурентноспроможних фахівців на сучасному ринку праці.

5. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сидорук А.В., к.п.н.,
Середа І.В.

*Запорізький національний університет
(ЗНУ) м. Запоріжжя*

Вплив сучасних кризових умов нашої країни приводить до негативних наслідків у процесі розвитку підприємств індустрії гостинності. Погіршення управлінських процесів у HR-сфері, дефіцит кадрів тощо є наслідком обмеженості фінансових надходжень у сфері гостинності. Саме тому за для ліквідації визначених явищ виникає необхідність нововведень і впровадження інновацій у систему управління персоналом підприємств сфери гостинності.

Послуги, які надаються туристичними підприємствами і готельно-ресторанними закладами, потребують безпосередньої комунікації персоналу з клієнтами, що значно підвищує вимоги до їх професійної компетентності, комунікабельності, культури та творчості у вирішенні ситуаційних проблем. А так як кожне підприємство зорієнтоване на постійний розвиток, навіть у кризовий період, методи управління персоналу потрібно постійно розвивати і вдосконалювати.

Існує дуже багато наукових поглядів щодо аналізу методів управління персоналом.

До класичних методів управління науковці відносять [5]:

- адміністративні - ґрунтуються на владі, дисципліні та покаранні, відомі в історії як «метод батога» і спираються на адміністративну підпорядкованість об'єкта суб'єкту на основі існуючої ієрархії управління; орієнтуються на такі мотиви поведінки, як усвідомлена необхідність трудової дисципліни, почуття обов'язку, культура трудової діяльності; діють через такі механізми: правові норми, інструкції, організаційні схеми, нормування, накази, розпорядження, які використовуються в процесі оперативного управління;

- економічні - базуються на використанні економічних стимулів і відомі як «метод пряника»; за їх допомогою здійснюється матеріальне стимулювання колективу, окремих працівників; це – економічні нормативи діяльності, система матеріального заохочення, участь у прибутках і капіталі, премії;

- соціально-психологічні - засновані на використанні моральних стимулів до праці і впливають на персонал за допомогою психологічних механізмів з метою переведення адміністративного завдання в усвідомлений обов'язок, внутрішню потребу людини; цього можна досягти через: формування колективу, створення нормального психологічного клімату й творчої атмосфери; особистий приклад; задоволення культурних і духовних потреб працівників; встановлення соціальних норм поведінки і соціального стимулювання розвитку колективу; встановлення моральних санкцій і заохочення; соціальний захист.

Відповідно функціональної сфери управління персоналом до інноваційних методів відносять такі методи, як [3; 4]:

- підбір персоналу – це ретельний відбір претендентів на запропоновану посаду, для того, щоб отримати кращих працівників, які допоможуть розвинути підприємству (хедхантинг, лізинг персоналу, аутстафінг, скринінг, Temporary staffing, Executive Search, On-line рекрутмент);

- оцінка діяльності – це процес встановлення рівнозначності між вимогами посади та характеристиками працівника (ділові ігри, кейс-метод, ассесмент-центр, організаційні тести);

- навчання персоналу – це підвищення за допомогою тренінгів і семінарів кваліфікації персоналу (баскет-метод, екшн-навчання, кейс-навчання, дистанційне навчання, майстер-класи, сторітеллінг (мотиваційна розповідь), «Корпоративний on-line університет», «Віртуальна школа»);

- система винагород – це мотивація персоналу за допомогою заохочень і винагород (грейдинг, безтарифні системи оплати праці, гейміфікація, «Соціальна карта співробітника»);

- управління кар'єрою – досягнення цілей у кар'єрному зростанні (коучинг, Secondment (своєрідне тимчасове «відрядження» на інше місце роботи), «Кар'єрний портал», «Ярмарок вакансій»).

Висновок. Отже, використання інноваційних методів управління персоналом підприємств індустрії гостинності дозволяє керівникам удосконалювати роботу персоналу, здійснювати ефективний відбір нових працівників, виконувати їх адаптацію з мінімальними витратами часу і коштів, розробляти мотиваційні програми, організовувати результативний процес навчання та підвищення кваліфікації працівників, що сприятиме зростанню задоволеності персоналу власною кар'єрою, а також розвитку підприємства.

Література

1. Булгакова А. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства. URL:

http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_102/494-498.pdf.

2. Мішина С., Мішин О. Інноваційні методи управління персоналом. URL :

<https://usnd.to/CkTJ>

3. Петряєв О., Яковенко І. Інноваційні методи управління персоналом підприємства. URL: [https://ndipzir.org.ua/wp-](https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/Tezy_Bolgaria_03.20/Tezy_Bolgaria_03.20_37.pdf)

[content/uploads/2020/05/Tezy_Bolgaria_03.20/Tezy_Bolgaria_03.20_37.pdf](https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/Tezy_Bolgaria_03.20/Tezy_Bolgaria_03.20_37.pdf)

6. АПІТЕРАПІЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Білоус А. Р., студент,

Люлька О. М., к.т.н.,

Губеня В. О., к.т.н.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. З історії відомо, що людство з давніх часів досліджує та культивує бджільництво і використовує бджолопродукти. Американський бджоляр Лоренцо Лорен Лангстрот з Філадельфії у 1851 році запровадив конструкцію першого вулика зі вставними рамками, яка кардинально не змінилася і донині. Сьогодні бджільництво у світовому масштабі досягло великих успіхів. Причиною цього є швидкий темп розвитку науки. Україна займає перше місце у Європі та третє місце в світі з виробництва меду. Водночас нашу країну вважають сприятливим місцем для бджільництва, оскільки вона має оптимальні умови для розведення бджіл і виробництва продуктів бджільництва.

Актуальність теми. Завдяки великому стрибку у розвитку науки, з'явилися засоби для глибокого дослідження корисних властивостей бджолопродуктів, технологій їх виробництва та напрямів застосування у різних сферах. Достовірне наукове підґрунтя отримали методи лікування, пов'язані з бджолами, які узагальнені терміном «апітерапія».

Апітерапія (від лат. *apis* «бджола») – загальна назва методів лікування різних захворювань людини із застосуванням живих бджіл, а також продуктів бджільництва. До переваг апітерапії можна віднести її відносну легкість до органічного поєднання з різними напрямками діяльності суспільства, наприклад в ресторанному та готельному бізнесі.

Матеріали та методи. Проведено аналіз та здійснено порівняльну оцінку використання бджіл та продуктів бджільництва в HoReCa. Розглянуто види та методи надання апітерapeutичних послуг.

Результати та обговорення. Сьогодні більшість готелів різних країн Європи (Україна, Німеччина, Франція, Італія та ін.) впроваджують бджолиний напрям у своїй діяльності, підтримуючи екологічну ініціативу. Апітерapeutичні послуги відносно просто впроваджуються у готельних підприємствах, які вже мають напрацювання для надання оздоровчих послуг та відповідно матеріально-технічну базу. Продуктами бджільництва є: мед, віск, прополіс, маточне молочко, бджолина отрута, бджолиний підмор, бджолиний пилок, забрус. Апітерапія налічує багато методів лікування. До них відносять: апітоксинотерапія, аеротерапія, медовий масаж, медове обгортання.

Апітоксинотерапія – це використання бджолиної отрути у вигляді вжалювань або препаратів, до складу яких входить бджолина отрута. Бджолина отрута (апітоксин) містить речовини з протизапальною дією, зокрема подібною до гормональних протизапальних та нестероїдних протиревматичних засобів.

Аеротерапія (сон на вуликах) – відбувається під час відпочинку на лежанках в спеціально облаштованих приміщеннях, під якими розміщені вулики.

Безперервний рух бджіл та їх гудіння усередині вуликів створює лікувальну вібрацію, яка поліпшує обмінні процеси у організмі людини та нормалізує психологічний стан. Леткі речовини з бджолопродуктів, якими наповнюється повітря, створюють ефект інгаляції.

Медовий масаж поєднує косметологічні та лікувальні властивості. Під час масажу використовують натуральний мед, іноді з додаванням ефірних олій. Цей метод зазвичай застосовують у спа-центрах готелів. З бджолиного воску виготовляють спеціальні косметичні засоби, наприклад власний натуральний фірмовий бальзам для губ, сонцезахисний крем, скраб та ін. Косметичні засоби власного виробництва на основі бджолопродуктів також реалізують гостям як сувеніри в точках продажу на території готелю.

У технологіях ресторанної продукції застосовують: мед, бджолиний пилок, маточне молочко, бджолиний віск. З бджолиного воску та меду виготовляють медові цукерки. Мед можна не тільки використовувати як маринад, а й додавати у алкогольні або безалкогольні коктейлі, використовувати для доповнення смаку. Також мед власного виробництва можна додати до морозива праліне на десерт.

Висновок. Отже, впровадження пасіки при готельних підприємствах доцільно насамперед з погляду екологічної та рекреаційної ефективності. Це значно розширює походження і спектр спеціалізованих рекреаційних послуг, що покращує конкурентоспроможність та інші показники ефективності діяльності готелю. Меню ресторану зі стравами на основі продуктів бджільництва більш цікаве відвідувачам.

Література

1. Бджолина отрута (апітоксин) [Електронний ресурс] // Національний науковий центр «Інститут бджільництва імені П.І. Прокоповича» [Електронний ресурс] : вебсайт. <http://prokopovich.com.ua/268-2/>
2. Апітуризм - перспективний напрямок : вебсайт. http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/2056/1/Нагернюк%20Д.В.%20Апітуризм_2015.pdf
3. Розвиток бджільництва в Україні. [Електронний ресурс]: вебсайт. <https://agro.dn.gov.ua/rozvytok-galuzi-bdzhilnytstva-v-ukrayini/>
4. Апітерапія. [Електронний ресурс]. // Велика Українська енциклопедія: вебсайт. URL: <https://vue.gov.ua/Апітерапія>
5. Апідоміки: сон на вуликах, конструкція, креслення, відгуки. [Електронний ресурс] // ХимпроМ: вебсайт. URL: <https://sksumykhimprom.com.ua/?p=33413>
6. Медовий масаж тіла : користь, протипоказання і техніка виконання. [Електронний ресурс] // BEAUTYHUB : вебсайт. URL: <https://bhub.com.ua/uk/medovuj-masazh-tila-koryst-protypokazannya-i-tehnika-vykonannya/>
7. Пасіка на даху готелю. [Електронний ресурс]: вебсайт. <https://ukrainian.voanews.com/amp/honey-09-21-2011/244462.html>

7. МЕТОД ІЄРАРХІЙ У ВИЗНАЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Гавриш А.В., к.т.н.
Мамченко Л.Є., к.т.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Рівень конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за умов реалізації ними однакових за конкурентоздатністю продукції, товарів та послуг залежить від дії сукупності економічних факторів, які впливають на формування результатів діяльності підприємств.

Визначення рівня конкурентоспроможності підприємств є складною проблемою, для вирішення якої рядом вітчизняних та зарубіжних авторів застосовуються різні методичні підходи: індикативний, метод ієрархій, різниць, метод конкурентних переваг, експертних оцінок, таксономії тощо.

Одним із часто застосовуваних для визначення конкурентоспроможності підприємств є метод аналізу ієрархій, який було розроблено видатним американським математиком Т. Сааті. Метод аналізу ієрархій характеризується систематизованою процедурою подання елементів, які визначають сутність проблеми. Метод полягає в розкладанні проблеми на складові частини і подальшої їх обробки шляхом порівнянь. На першому етапі структурується проблема у вигляді ієрархії, яка схематично має вигляд піраміди. Вершиною цієї піраміди є мета, яка через проміжні рівні (критерії) пов'язується з рівнями фундаменту, що виступає як перелік альтернатив. Існує декілька видів ієрархій: домінантні ієрархії, схема яких подібна до перевернутого дерева, повні і неповні ієрархії. Ієрархія вважається повною, якщо кожний елемент заданого рівня функціонує як критерій для всіх елементів нижнього рівня. В протилежному випадку ієрархія – неповна. Застосування методу ієрархії для визначення проблеми конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства зводиться до того, щоб вибрати з групи досліджуваних об'єктів найбільш конкурентоспроможний об'єкт. Тоді на першому рівні ієрархії буде знаходитись фокус проблеми – конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. На другому рівні будуть знаходитись критерії, які уточнюють ціль. Для підприємств ресторанного господарства такими критеріями можуть бути: ефективність фінансової діяльності, ефективність комерційної діяльності, ефективність використання трудових ресурсів тощо. На третьому рівні ієрархії будуть розміщені підприємства ресторанного господарства, діяльність яких має бути оцінена відносно до критеріїв другого рівня. Закон ієрархічної безперервності вимагає, щоб елементи нижнього рівня порівнювались попарно відносно до елементів більш високого рівня і так далі, аж до вершини ієрархії. Для проведення попарного порівняння критеріїв використовують матричну форму, яка допомагає визначити, який з наведених критеріїв вносить в проблему найбільш вагомий внесок. Для цього знову використовують бальну оцінку вагомості того чи іншого критерію в загальній проблемі.

8. ЕКО-ГОТЕЛІ ЯК СКЛАДОВА КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ

Золотарева Е.Е.

Дулька О.С., к.т.н

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Вважається, що індустрії гостинності та туризму є динамічними та потужними галузями світу. Подорожі та туризм становлять приблизно 10 % загального світового валового внутрішнього продукту у 2019 році. Але попри зростання економіки він є причиною негативного впливу на навколишнє середовище. Це стало причиною виникнення такого поняття як сталий туризм, що має на меті зменшити негативний вплив на нашу планету.

Матеріали та методи. В процесі виконання роботи було проведено аналіз Інтернет ресурсів для вивчення складової еко-готелів в концепції сталого туризму. Дослідження було проведено з допомогою порівняння, узагальнення та загальнонаукових методів системного пошуку.

Результати та обговорення. Сталий туризм визначається Програмою ООН з навколишнього середовища та Всесвітньою туристичною організацією ООН як «туризм, який повністю враховує його поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки, задовольняючи потреби відвідувачів, промисловості, навколишнього середовища та приймаючих громад».

За прогнозами СОТ кількість міжнародних туристів перевищила 50 мільйонів у 1950 році і становила 1,4 мільярда в 2018 році. Очікується, що кількість туристів досягне 2 мільярдів у 2030 році та 3 мільярдів у 2050 році. Щороку Україну відвідує приблизно 17 млн. іноземців, більшість яких є громадянами країн СНД, а третина – з ЄС. За даними Всесвітньої туристської організації, частка України в турпотоках Європи становить близько 4%, а також приблизно 0,9% в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності.

Для того щоб наслідки такої кількості подорожуючих не перетворилися в катастрофу для планети усі складники цього процесу мають робити певний вклад.

Суттєвий вплив в концепцію сталого туризму вносять і компанії зі своїми екологічними технологіями і готелями. Six Senses Resort на Фіджі — це курорт, який працює відповідно до принципів сталого туризму. Наприклад, курорт повністю живиться від сонячної енергії та має власні засоби для уловлювання дощу та фільтрації води, що допомагає зменшити використання пластикових пляшок. Крім того, Six Senses Resort сприяє переробці та повторному використанню матеріалів і підтримує низку заходів, які допомагають місцевій громаді.

Висновки. Не дивлячись на те, яку шкоду людство наносить природі, все може змінюватись. І концепція сталого туризму є тому підтвердженням. Враховуючи поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки

туризму, задовольняючи потреби відвідувачів, промисловості, навколишнього середовища та приймаючих громад сталий туризм дозволяє зберегти баланс між природою та людством. Завдяки тому що міська влада, бізнеси та подорожуючі все більше вникають у тенденцію екологічності результати можна побачити вже зараз. Таким чином, еко-готелі є складовою концепції сталого туризму та користуються попитом у світі та в Україні.

Література

1. Sustainable tourism [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.greentourism.eu/en/Post/Name/SustainableTourism>.
2. Дональд Гетц. Сталий розвиток туризму: як зацікавлені сторони дестинації сприймають сталий міський туризм? / Дональд Гетц., 2008.

9. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Нікітіна Т.А. к.е.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м.Київ*

Вступ. Сучасні підприємства готельного бізнесу функціонують в форс-мажорних обставинах, з постійними обмеженнями діяльності або з надмірним навантаженням. За таких умов загострюється конкуренція на ринку готельних послуг. Це обумовлює **актуальність** підвищення конкурентоспроможності підприємств готельній індустрії та конкурентопридатності готельного продукту.

Матеріали і методи дослідження. Певними питаннями конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності займаються такі вітчизняні науковці як Агафонова Л. Г., Мунін Г., Доругунцов С.І., Андренко Б., Кравець О.М. та ін. У дослідженні використано метод узагальнення та наукової абстракції, аналізу та синтезу.

Результати обговорення. Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу це їх спроможність до ефективної роботи у довгостроковому періоді за певних зовнішніх умов. Конкурентоспроможність готелю базується на його конкурентних перевагах та показує місце готелю серед конкурентів на ринку готельних послуг. Управління конкурентоспроможністю готелю це діяльність направлена на здійснення його конкурентних переваг та забезпечення конкурентоздатності готельного продукту. Управління конкурентоспроможністю готелю здійснює вищий рівень управління готельним комплексом, а саме його власником та генеральний директор (стратегічні питання) а також управляючий директор та керівники провідних структурних підрозділів. Конкурентоспроможність готелю підвищується в основному шляхом надання додаткових послуг розширення їх спектру. Також до засобів підвищення конкурентоспроможності готелю можна віднести: збільшення кількості номерів; покращання управління персоналом готелю; підвищення якості обслуговування гостей; забезпечення стандартів надання послуг; та запровадження ефективної рекламної кампанії.

Висновок. Зростання конкурентоспроможності готелю на ринку забезпечується конкурентопридатністю готельного продукту. Підвищення конкурентопридатності готельного продукту можна досягти внаслідок впровадження інноваційних готельних послуг і технологій обслуговування. З метою підвищення конкурентопридатності готельного продукту у перспективному плані розвитку готелю можна розширити асортимент додаткових послуг шляхом запровадження унікальних SPA-послуг і SPA-раціонів харчування функціонального призначення, а також на основі безперервного моніторингу задоволення попиту споживачів встановити максимальну кількість зручностей, удосконалити дизайн приміщень для споживачів, що дозволить підвищити якість готельного продукту.

10. ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ГОСТИННОСТІ

Литвинець Л.Ф., ст. викл.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

В умовах динамічної трансформації ринку послуг та бізнес-середовища в цілому абсолютно кожна галузь національної економіки втрачає ознаку стабільності і постійності, а відповідно потребує своєчасного реагування на змінні процеси, що відбуваються у суспільстві, та ефективного впровадження необхідних змін в існуючих умовах функціонування сектору, їх якісної реалізації, координування, контролю та управління всіма цими процесами. Враховуючи специфіку функціонування ринку готельно-ресторанних послуг і динаміку змін зовнішнього середовища, а відповідно і зміну структури та адекватності вимог споживачів щодо забезпечення різноманітності та якості послуг, що надаються в закладах цієї галузі, актуальним стає питання аналізування теоретичних аспектів стратегічного планування в умовах змін та особливостей їх практичної адаптації до галузі готельно-ресторанного бізнесу.

Відповідно до специфіки та властивостей даних послуг, управління змінами в готельно-ресторанному бізнесі – це комплексний процес, спрямований на розроблення системи заходів щодо прогнозування, планування, виробництва, реалізації та контролю якості надання послуг з використанням нових форм та методів обслуговування гостей, механізмів та моделей управління закладом, концепцій діяльності бізнес-середовища та інструментів кадрових змін, які диктує сучасний ринок.

Стратегія управління змінами у сфері гостинності повинна мати випереджаючий характер, бути адаптованою до будь-яких умов зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечувати розвиток і конкурентоспроможність готельно-ресторанної послуги як елементу ринкових відносин, підприємства, що її виробляє, галузі, сектору та країни в цілому, влучно поєднуватись або доповнювати базову довгострокову стратегію розвитку підприємства (галузі) та враховувати при цьому матеріальні й соціальні інтереси як споживача послуг, так і його виробника.

Основні положення, покладені в основу підрозділів галузевого розвитку сфери гостинності, мають витікати і базуватись на концептуальних аспектах функціонування галузі готельно-ресторанного бізнесу.

Проте, незважаючи на динамізм та глобалізацію загальноекономічних трансформувальних, фундаментальні основи концепції управління змінами у галузі готельно-ресторанного бізнесу є незмінними і передбачають наступні кроки:

- аналіз та врахування особливостей функціонування галузі;
- забезпечення взаємодії суб'єктів господарювання галузі та органів державної влади;

- формування унікального готельно-ресторанного продукту;
- забезпечення належної якості продукції (послуг);
- формування команди висококваліфікованих працівників усіх рівнів;
- забезпечення маркетингової промоції результатів бізнес-діяльності;
- стимулювання ефективності функціонування галузі.

Головною умовою забезпечення успішності та ефективності втілення стратегії в умовах змін є вдалий підбір і поєднання засобів та інструментів її реалізації.

Кожна із існуючих моделей може бути адаптована до сфери послуг в цілому та будь-якого закладу готельно-ресторанного бізнесу за умови врахування особливостей діяльності закладу, виду змін, які необхідно впровадити, розроблення індивідуальних та унікальних у своєму роді алгоритмів їх реалізації.

Варто зауважити, що для ефективної практичної реалізації змін необхідно створити правильне відношення до змін і мотивацію для їх запровадження. Кожна модель управління змінами повинна оцінюватись бізнесом і обиратись адекватно до його стану, потреб, а також цілей проведення змін.

Спираючись на фактори, що впливають на процес протікання змін у сфері готельно-ресторанного господарства, їх взаємозв'язок із бізнесом, та враховуючи сучасні тенденції розвитку і трансформації цієї галузі, можна запропонувати уніфіковану та унікальну в своєму роді адаптивну методологічну модель управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу.

Адаптивна методологічна модель управління змінами дозволяє враховувати як зовнішні, так і внутрішні фактори тиску мінливого бізнес-середовища на ключові аспекти функціонування як окремого підприємства, так і ринку готельно-ресторанного бізнесу в цілому, та визначає основну структуру і важелі змін у кожному напрямку діяльності галузі.

Загалом ефективність процесу змін забезпечується впровадженням цілого комплексу технічних, економічних, організаційних та інформаційних заходів, а не окремо взятими аспектами чи принципами їх реалізації.

Висновки. Результативність використання моделі залежить від ефективного підбору методів та інструментів її реалізації. В цілому для забезпечення успішності впровадження змін у галузі готельно-ресторанного бізнесу необхідно враховувати важливість комплексного та адаптивного підходів та їх співвідношення до реальних бізнес-умов.

Література

1. Запухляк І.Б., Зелінська Г.О., Побігун С.А. Підходи, методи та інструменти управління змінами в системі управління розвитком підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки Випуск 23. 2018, С. 204-209.

1. Пашенко О.П. Стратегічне управління розвитком підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2. Т. 2. С. 99–103.

СЕКЦІЯ 9
«WORLDWIDE EXPERIENCE IN
HOTEL AND RESTAURANT
BUSINESS»

1. SMART CHECK-IN: EXPERIENCE OF USE OF INNOVATIVE SELF CHECK-IN KIOSKS IN THE HOTELS OF SPAIN

Galynska O.M., PhD in Philology
National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv

Many European hotels are currently implementing an automated self-check-in service and Spanish hotels are no exception. In our research the main focus is on two issues. First, we will analyse the reasons why hotels in Spain implement such an innovation. The second part of the investigation will be focused on the main benefits of self check-in service for hotels and their guests.

In our opinion, there are a few reasons why hotels introduce automated check-in. With the recent situation with Covid-19 pandemic, safety is of foremost importance. That is why contactless service is growing increasingly in value. Options like self-check-in kiosks/machines in hotels of Spain allow guests to book, check-in and check-out without the need to visit the front desk, thus, keeping interactions to a minimum. A *self-check-in kiosk* is a kiosk that allows guests to expedite more routine tasks like booking, check-ins, checkouts, and room service requests [2]. Self check-in kiosks save queuing and get a guest checked-in fast and simply. The method is very simple; all the guest has to do is follow the instructions on the screen. The guests must have their booking information at hand, as well as a credit or debit card, and their ID or passport, and the machine will provide them with the key-card to access their room or/and the access door to the hotel.

Joan Marcer, Director of Sales Workplace & Cloud at Getronics, considers the same reasons for smart check-in, “Smart Check-in for hotels is one more help to reduce waiting times and optimize the management of arrivals and departures, but also facilitates compliance to security measures and, above all, boosts guest confidence, which is so important these days” [1]. Thus, this is not only the issue of safety but also of convenience for the guests. This way, guests can check-in at any hour of the day in a quick, simple manner and avoid queuing.

Francis Davidson-Tanguay, the founder and CEO of super-modern hotel brand Sonder which uses automated check-in at all of its properties said: “A huge part of us having a competitive edge over a typical hotel is that we rethink and automate many processes.” [3]

The other positive aspect of the automated self-check-in for the hotels is the reduction of overhead costs, as they can handle more routine tasks. This ultimately means that the hotel staff can handle more pertinent tasks instead. Aside from the initial investment, kiosks provide a very cost-effective solution [2].

Finally, let us consider the benefits of automated self-check-in service for the hotels and customers. For the hotel they are the following:

- use of check-in machines is relatively inexpensive
- contactless check-in keep staff safe and healthy
- reduce hotel expenditures
- provide guests with convenience and efficiency.

There are a lot of benefits for the guests. Smart self check-in allows them to:

- save their time
- keep them safe and healthy
- boost guest comfort and confidence which is so important nowadays
- it is a simple and easy-to-use system.

One more essential thing is worth to mention in this research – the automated contactless self check-in is an advanced step towards hotel digitalization. This is a high technology, modern and ergonomic equipment which fits perfectly into the style and atmosphere of different hotels.

Experience of using check-in machine in an aparthotel of Valencia (in our case) was positive enough. The system is user-friendly, convenient and does not require special technical skills or computer knowledge. By following 5 simple steps, the guests can complete the check-in process in about a minute:

- 1) Touch screen display and choose the language
- 2) Enter a booking number
- 3) Make a payment
- 4) Scan the ID or passport
- 5) Acquire room key-card

After that the guests can enjoy their stay.

Conclusions. Thus, smart check-in is nowadays a revolutionary self-service solution that streamlines the check-in and check-out process with an easy-to-use, automated interface which passes the guest through the arrival and departure check-in process without the need of contact with staff. Contactless check-in kiosk is a good solution for hotels, hostels and apart-hotels. They are a valuable part of any hotel today. In these uncertain times, their value cannot be underestimated as they allow a hotel to operate in safety, providing guests with convenience and efficiency.

References

1. NEC AND GETRONICS announce their self-check-in solution for hotels in Spain [Electronic source]. – Access code: <https://www.nec-enterprise.com/newsroom/press-archive/nec-and-getronics-announce-their-self-check-in-solution-for-hotels-in-spain>
2. Self check-in kiosks for hotel – 2020 hotel kiosks guide. [Electronic source]. – Access code: <https://redyref.com/self-check-in-kiosks-hotels/>
3. Sean O'Neill. A Closer Look at Sonder's Tech-Focused Bet on Next-Gen Rentals. March 18th, 2019.[Electronic source]. – Access code: <https://skift.com/2019/03/18/a-closer-look-at-sonders-tech-focused-bet-on-next-gen-rentals/>

2. FEATURES OF WASTE-FREE USE OF PRODUCTS IN RESTAURANT ESTABLISHMENTS

Darmohrai A.,

Stukalska N.M., Ph.d.,

*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

The popularity of waste-free production is gaining momentum every day. This trend helps to reduce production and disposal costs in production. In addition, it raises the prestige of restaurants or catering services, because in recent years, consumers are becoming more and more interested in environmental issues, including food waste. According to a study by Purdue University, about 70% of restaurant diners are willing to spend more when they learn that they use an ecological approach to their food or service.

According to UNEP (United Nations Environment Program), in 2019, about 931 mln tons of food fell into landfill, which is approximately 17% of all food produced in the world, these statistics are impressive. Speaking of statistics, we note the research of the All-Ukrainian Ecological League, quantitative losses of food products and waste from them per year are about 30% of grain, 40-50% for root crops, fruits and vegetables, 20% for oilseeds, meat and dairy products, and 30 % for fish. Low consumption culture, lack of effective methods to prevent the formation of food waste, their utilization and losses have led us to the situation in which we are now.

Today, there are already various techniques and ways to reduce food waste and extend the shelf life of food products.

Fermented foods and beverages are gaining popularity. This method not only allows you to save food, but also their use is beneficial for the human body. Acids, which are involved in fermentation, not only destroy harmful microorganisms, but also lengthen the shelf life of products. The fermentation process also creates unique flavors and aromas.

Many people say that freezing food leads to the loss of its nutritional value and biological value, but this is not completely true. If you look deeper, you can see that quick-frozen high quality ingredients are in most cases of better quality than fresh second-class food. So, freezing is an efficient way to use the resource efficiently, and frozen food is often a quick way to prepare it. But you should not forget to update the frozen stocks to maintain the quality of the dishes.

Speaking about methods of preserving products, mention should be made of the Su-ot technology (sous vide, from French – «under vacuum»). And so, Su-ot is one of the cooking methods in which products are placed in a sealed plastic bag and cooked in a steam bath or oven at a temperature below 100 °C. This is a good alternative, as the food retains its flavor and texture, the food is cooked up to a certain stage, tangible economic benefits are observed, and production losses are optimized.

Another way to reduce losses is to include dishes from local and seasonal vegetables, fruits, etc. in the menu. Now in restaurants, both roots and leaves of plants are used. For example, carrot and radish leaves can be used in Pesto sauce technology.

Starting to introduce different portions of dishes and side dishes into the menu will help reduce the amount of food that the consumer can leave on the plate. This method also brings benefits for the restaurant itself. After all, the cost of production and return on investment will decrease.

Now the establishments of the restaurant industry use various methods and directions to reduce the waste of their production: FIFO «first in, first out» (first in, first out), Zero Waste, Sustainability.

Restaurateurs approach food waste with originality. For example, in the spring of 2021, a pizzeria called Shuggie`s Trash Pie & Natural Wine opened in San Francisco, where cooking technology uses food waste, «objectionable» vegetables and fruits (unusual shapes and sizes, too small or too large, curved etc.). Also, agricultural by-products have found their application: carrot tops, waste grain, etc., which are usually thrown away.

You should also talk about the EU project «REFRESH» aimed at reducing production retirement. Its member, De Verspillingsfabriek, is trying to transform leftover food into new consumer products. As company founder Bob Hatten says, «The tops and bottoms of tomatoes are always cut off and thrown away. We get them and make delicious sauces and soups from them. We also use, for example, carrots, which are too large for the food industry and for retail» And this is just one example.

What is happening on the Ukrainian market? Here we should remember the well-known restaurant «Sofa». Which in its new menu uses the principles of Zero Waste. They sprout carrot tops, make citrus peel jam and serve with tea. As a garnish for fish, they serve celery noodles, which are boiled in broth with the skins left after peeling the potatoes.

Now in Ukraine, one after another, establishments are opening, in their work they use the methods of responsible consumption and waste reduction. Every year, the idea is consolidated that production with an almost complete absence of waste is possible, although it requires appropriate investments and specialists. But it all starts small, and step by step, we will achieve the desired goal. After all, we can already observe how the idea of waste-free production brings its results.

Conclusion. This thesis substantiates the expediency of using new technologies for the production and storage of food products to reduce its losses and preserve useful properties. The given examples of the application of new methods in the field of restaurant industry and their advantages over traditional methods of preparation and storage of products.

3. EXPERIENCE OF HOSPITALITY INDUSTRY IN HELPING UKRAINIAN REFUGEES IN A WAR PERIOD

Форостюк І.В., к.пед.н.,
*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

War in Ukraine puts the serious problems to business not in this country only, but all over the world. The main question is how to develop businesses today in the changed conditions. At the same time a lot of people from Ukraine went abroad to save their lives and their children. They all need places to live and, right now and in the future, the working places as well. Hospitality industry reacts the contemporary situation and rebuilds its work in order to be useful and help those who left their homes because of the war in Ukraine. This activity of the hotels is the most relevant these days as well as the problems connected with such work.

The example of this activity is the “HospitalityHelps” initiative [1], which goal is to provide temporary hotel accommodation to Ukrainian refugees in the world. The initiative is supported by such brand as Hilton, IHG, Marriot, Radisson hotel group, Conrad and others. According to the statistics there are 623 supporting hotels in 47 countries [2]. They provide free stays in hotels for 5 nights for Ukrainian refugees (some hotels provide for 10 nights and more), online booking after registration in the country, and three languages support. During those five or ten days, people can have a rest, and make plans for their future steps.

Except for giving people the shelter, this program provides them with the job in the sphere of hospitality industries (such as hotels, bars, restaurants, tourism businesses, etc.) in different countries and the program also helps Ukrainian employers build their business in new countries and new circumstances [3].

Poland is at the edge if this activity. Some hotels in Zakopane invite Ukrainian students and high school teachers to have a rest in their region in these days. For example, Center for European Cooperation "Młodzi Europejczycy", which has a basic hotel close to this resort, organise the programme for students from different Ukrainian universities, giving the opportunity to continue distance education and at the same time to get acquainted with the sightseen of the region.

So, we can see that hotel business in today’s difficult situation finds the ways to develop and help people in need because of the war. It also can help maintaining the image of the hotels to support their business in future. Using the situation hospitality business is able to make a significant contribution to the social sphere.

Література

1. H is for Help. Hotel rooms for Ukrainians in need. *Hospitality Helps* : веб-сайт. URL: <https://hospitality-helps.org/> (дата звернення: 08.05.2022).
2. Hotel swaps. *Hospitality support* : веб-сайт. URL: <https://www.hospitalitysupport.org/members> (дата звернення: 08.05.2022).
3. Jobs for Ukrainian refugees. *Hosco* : веб-сайт. URL: <https://advice.hosco.com/hosco-jobs-for-ukraine> (дата звернення: 07.05.2022).

4. IMPROVING THE QUALITY OF CONFECTIONERY PRODUCTS

Ovcharuk O.

Stukalska N.M., Ph.d.,

National University of Food Technologies

(NUFT), Kyiv

Confectionery is a group of food products of a wide range that differs significantly in composition and consumer properties. They are in great demand primarily because of exquisite taste.

One type of confectionery is a protein-air products that are used to produce cakes of meringue, meringue, Kyiv cake and are divided into: simple protein air; With fillers - almonds, Greek nuts, coconut chips and much more. Protein-air dough is prepared without flour. Its base is sugar and whipped proteins. This dough is a foam mass of white, light, porous.

For patients with diabetes, it is undesirable to consume sugar that causes hyperglycemia. Therefore, they propose to use different sugar substitutes in the manufacture of flour confectionery products that meet the need for patients in sweet without biologically negative effects of taking easily absorbed carbohydrate carbohydrates. There are several natural products (fructose, sorbitol, xylitol, etc.) among sugar substitutes.

The scientific literature also provides studies that show that the decisive factor in reducing calories in protein products is the replacement of sugar with sweet substances (molasses, glucose-fruity syrup), which can be involved in structure-forming, being carriers of sweet taste.

The patoka is a universal replacement of sugar, namely a syrup consisting of simple sugars (such as glucose) and other impurities that are not harmful to human health. Also, raw materials for patoka are some varieties of corn, barley, millet, sorghum. The patoka does not contain synthetic and artificial substances, there are no food additives in their composition.

Glucose-fructose syrup is several times sweeter than sugar, is easier to mix with the texture of the product and increases its storage period.

Studies have shown that for best results should be used GFS with a whey 0%. It is this syrup and serum that is optimal from the technological side, because the mixture with their use showed the best foaming and stability, which is very important for the preparation of protein dough. In addition, the use of GFS allows not only to reduce the energy cost of the dish, but also to improve its structure to extend the implementation period.

The use of confectionery from a protein-air dough is effective for healing and medical and preventive nutrition, including patients with diabetes and obesity.

5. NANOTECHNOLOGY AS INNOVATION FOR FOOD OF THE FUTURE

Yurchuk L.V., senior lecturer

*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

Introduction. The role of nanotechnology in food technologies is increasingly important nowadays. Nanotechnology represents an indispensable opportunity for the development of humanity. In connection with the reduction of a whole generation of people energy consumption, which we owe to a sedentary lifestyle, several times, there was a need to switch to a qualitatively new food that will maintain the physical condition. Nano food is a set of advanced scientific ideas based on nanotechnology and used in food production. The attitude towards this food is so ambiguous that some manufacturers use the prefix "Nano" as an advertisement, while others, on the contrary, prefer to modestly remain silent about this fact.

Actuality. Nanotechnology offers a great number of opportunities to food industry. In food industry, for instance child nutrition production, mainly during the processing, formulation, packaging and shipping, nanotechnology offers many potential benefits for consumers and manufactures.

Materials and methods. The main hopes that scientists place on the use of nanotechnology in food production are primarily related to improving their nutritional properties, taste and usefulness, as well as reducing production costs. These new ideas must have an impact on the food industry globally. Now large food corporations are actively welcoming nanoscale. They are attracted by the hypothetical possibility of producing products that will be stored for years. For example, meat and dairy products, which are now perishable, will be able to stay fresh for five to seven years. It is also planned to cover vegetables and fruits with a protective Nano film that repels dirt.

Results. Nanotechnologies provide food processors with unique opportunities for comprehensive monitoring of product quality and safety directly during production. They allow to increase the efficiency, to reduce waste, to protect the environment.

Conclusions. Nanotechnology as innovation for food of the future, for instance child nutrition production, represents a very advanced field of research and applications.

It has already begun to change our reality and more over will do it in future. It is necessary a coordination among research centers and from research centers to food industry, in order to have controlled products. The only viable strategy is to change the development model and make it more green, finding new ways of producing and consuming, redefining what we mean by progress.

References

1. Nanotechnology in Food. Access mode: <https://www.nanowerk.com>
2. Nanotechnology Among Innovation, Health and Risks. Access mode: <https://www.sciencedirect.com>
3. Nanotechnology in the food industry: plenty of room to innovate .Access mode: <https://www.newfoodmagazine.com>

6. NEEDS AND EMOTIONS CREATING STRONG CUSTOMER'S MOTIVATION IN TOURISM

Lukianets H. , Associate Professor,
National University of Food Technologies, city of Kyiv
(NUFT), Kyiv

Introduction. Choice of where and how to travel is often taken by a traveler based on two decision-making strategies, *bottom-up*, i.e. needs-driven, or *top-down*, i.e. emotion-driven, which will be explained in detail herein. The **topicality** of this study is determined by the necessity to identify the motives, which effect tourist's decision-making process on where to go, what to do, how to travel and where to stay.

Materials and methods. Taking into account the fact that numerous travel decisions are taken both voluntary and involuntary, we suppose that basic human needs as well as emotions may serve key factors for taking decisions.

Results and discussion. It is a widely accepted idea that motivation, driving people to commit certain actions, is generally grounded on basic human needs, classified by A. Maslow in renowned motivation model. According to *bottom-up* strategy, when travelling one strives to fulfil basic human needs. Hierarchy of needs is often visualized as a pyramid, consisting of deficiency needs at the bottom and growth needs above, i.e. satisfaction of physiological needs, as well as safety, belonging and esteem are fundamental and provide basis for further satisfaction of cognitive, aesthetic, self-actualization and transcendence needs. In the hospitality area fulfilment of needs are determined by the quality and volume of services provided. Basic comfort conditions, namely proper documentation, anti-hazard safety, regular fire and hygiene inspection, crime prevention in the area, etc., ensure safety and health needs. Affordable prices, including room rates, transportation costs, rental fees, proper logistic schemes, meet accessibility needs. Aesthetic aspect of travelling experience as well as socio-environmental consciousness lead to fulfilment of high-rank needs, known as growth needs. Such an experience presupposes focus of a traveler on cultural and historical heritage sights, attention to sustainability issues, balancing money value for trip, etc.

In accordance with D. McClelland's needs theory, motivation to act is caused by emotions, represented by the desire to meet needs for achievement, affiliation and power, thus, resulting in *top-down* strategy. In the tourism field, the above listed needs are now heavily exploited for promoting trips of all kind. Due to the fact that emotional appeal is more effective now, when fulfilment of basic needs is often out of question, the resulting effect of emotional appeal provides higher returns of investments. To put it in other words, travelers choose where and how to travel not only to relax, but also to illustrate achievements with photos in social media; prove affiliation and status, and be empowered by creating strong social image, respect and growing influence.

Conclusion. All things considered, motivation to travel is associated both with needs and emotions.

References

Maslow A.H. Motivation and Personality. N.Y.: Harper & Row Pub., 1970. 368 p.

7. ANTI-AGE NUTRITION IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Tsyrunnikova V., PhD,

Tyshchenko O.,

Bloshchuk Y.

*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

Population ageing is a key societal and economic challenge in many industrialised nations around the globe. Healthy ageing is important to promote health, prevent noncommunicable disease, maintain mental health and well-being into the highest age groups. Anti-ageing is a trend to help older persons to live better for longer. The hospitality industry is also following this tendency and propose for their guests anti-age menu for positive impact on physical and mental health. The prospective scientific directions is the development of the anti-age menu for hotel and restaurant business facilities.

The thesis deals with the patterns of anti-age nutrition and health effects, and perspectives of implementation of anti-age menu in hospitality industry.

Dietary needs change with ageing: people become less physically active; metabolism and energy requirement decrease; nutrient requirements increase, because the abilities to utilize many food component become less efficient; risk of chronic diseases such as hypertension, cardiovascular diseases, osteoporosis, and different types of cancer increase. An older person needs extra amounts of essential nutrients such as calcium, potassium, zinc, vitamins D, B group vitamins, and dietary fibres.

Maintaining a nutrient-dense diet is important for elderly persons because of the huge effect on physical and cognitive health, cardiovascular system, immune system, and eye health. We propose to introduce an anti-ageing menu in the hospitality industry facilities. This menu will include all the essential macro- and micronutrients, amino acids, fatty acids, vitamins and minerals. Energy value of menu should be 5-10% below recommendations as good target for anti-ageing weight. It is recommended to eliminate refined carbohydrates, added sugar, fried foods, substitute on complex carbohydrates of high content of non-digestible fibres. Healthy lipid products for anti-age menu are olive oil with high content of monounsaturated oleic fatty acid and oily fish. The best protein foods are poultry and fish (salmon and tuna). Milk and dairy products should be limited, because they are mucous-forming and have a high potential risk for allergic reactions. Special value of fruits in the menu filled with vitamins, minerals, anti-oxidants, fibres, which are essential for anti-ageing and keep the body youthful. Anti-ageing diet is a combination of lifestyle and eating habits that will lead to high quality of life and longevity. Anti-age menu for hospitality industry establishments is the newest trend that will attract guests.

References

Shakti, Ritu Prakash Dubey. Ageing and anti ageing diet / Ritu Prakash Dubey Shakti // International Journal of Home Science. – 2016. – Volume 2 (1). – P. 25-27.

8. VEGETABLES AND FRUIT FOR A KID IN THE FORM OF PUREE: WHEN AND WHAT TO GIVE?

**Lebid V.,
Ivashura K.**

*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

Nutrition of young children (from 1 to 3 years) is a transitional stage in the peculiarities of breastfeeding newborns with a gradual approach to the diet of an adult. This age period, compared to the first year of life, is characterized by further development and improvement of all functions of the child's body.

Babies grow fast and therefore need a lot of nutrients. At the age of 6 months, as a rule, the baby gets everything that it needs from breast milk or formula. But this is only up to 6 months of age, and then, according to WHO recommendations, the child's diet should be supplemented with complementary foods.

The first products offered to a child at the age of 6 months may be porridge, vegetable or fruit puree. Regarding the introduction of vegetables and fruits, there are different opinions about what is better to give first: vegetables or fruits.

Pediatricians recommend starting your baby's acquaintance with vegetable puree, because the fruit is sweeter and some children may then give up vegetables. In fact, it is very individual. An important argument in favor of vegetables is the fact that fruit is not the main meal and, therefore, they can be offered as a snack, dessert or added to porridge and dairy products.

But vegetable puree is introduced into the baby's diet as a main dish, to which meat will be added later. Or you can just use meat puree. With the help of meat puree you can make individual complex menus. To do this, simply mix the vegetable puree of your choice with half a jar of meat. In some products, producers use only high-quality organic meat of animals that are kept according to the characteristics of the breed, their origin is carefully documented.

For the first acquaintance it is expedient to use vegetables of our climatic zone: zucchini, cauliflower, broccoli, pumpkin, potatoes, squash. As the first fruits pediatricians recommend apples, peaches, apricots, plums. With regard to puree, it should be noted that if it is prepared at home, it is more useful because it better retains nutrients, vitamins and minerals. Preference is given to industrial purees in the case when the beginning of acquaintance with vegetables and fruits fell on the off-season of vegetables and fruits. Modern production technologies allow to preserve vitamins and minerals as much as possible and provide the necessary consistency, in accordance with the peculiarities of the digestive system and chewing apparatus of the baby.

Follow the following rules when cooking vegetables and fruits:

- select only quality, undamaged, fresh vegetables and fruits
- wash them thoroughly before cooking
- prepare immediately before feeding the baby.

For a child of the first year of life, vegetables are boiled or cooked in a steamer without salt and pepper. Grind with a blender or grind thoroughly to a homogeneous creamy consistency. If the puree is too thick, you can add a little vegetable broth in which the vegetables were cooked.

Vegetable puree is given warm, the optimum temperature of the puree for feeding is 37 - 38°C.

The fruit can be given to the child fresh or baked in the oven. But like vegetables, fruits need to be shredded and peeled.

The fruit can be grated on a plastic grater or crushed in a blender. Wash in a hot water a grater or blender before making the puree!

When the child has 6-8 teeth - you can give a pieces of fruit and it will eat them itself.

Remember, you should not chase exotic fruits, as they can cause an allergic reaction in your baby. Nutrients are better absorbed from fruits that are traditional for our climate zone.

The approximate recommended daily allowance of vegetable puree is 50-100 g for a baby 6 months, 150 g for a baby 7 months, 170-180 g for children 8-9 months, and from 10 to 12 months the amount of vegetable puree can be increased to 200 g.

Your pediatrician will help determine the right amount of puree for your baby.

And, regardless of the child's age, acquaintance with each new product should start with no more than 1 teaspoon and gradually increase to the recommended age norm. Children at 6 months can consume 40-50g of fruit puree, at 7-8 months - 50-70g, at 9-12 months - 80-100g.

Conclusions. Vegetable and fruit purees are low-protein foods, because they are given a separate dish for no more than 2 weeks, then you need to enrich them with high-protein foods.

Pediatricians recommend combining vegetable puree with meat supplements, so that the baby will get a rational easily digestible lunch.

It is good to combine fruit with soft cheese if it has already been introduced into the baby's diet or to add it to milk or non-dairy porridges.

Grown in natural conditions, without chemicals, vegetables and fruits retain the original taste and aroma, which is liked by young children, who so far were familiar only with mother's milk.

So, some parents choose organic because of environmental friendliness. Others are guided by the argument that organic food is tastier.

But the most important thing for a baby is a balanced diet. By offering a child healthy food from an early age (organic or not), parents lay the foundation for a healthy eating habit for life.

References

1. <https://www.hipp.ua/pidgodovuvannja/poradi/jizha-ta-napoji/osoblivosti-vikoristannja-kharchuvannja-v-banochkakh/>
2. <https://mi100.info/2021/03/15/4-perevagy-vzhyvannya-organichnyh-pyure-gerber-organic-dlya-nemovlyat/>
3. <https://www.malatko.ua/uk/zdorovya-malyuka/kharchuvannya/ovochi-ta-frukti-dlya-malyuka-koli-i-scho-davati>

СЕКЦІЯ 10
«ОЦІНКА ВПЛИВУ ГЛОБАЛЬНОЇ
КРИЗИ НА СТАН ТУРИСТИЧНОГО
РИНКУ»

1. РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ В ЛАТВІЇ У ПОСТПАНДЕМІЧНИЙ ПЕРІОД

Безпарточна О.С., доктор філософії,

Рященко В.П., доктор наук,

Белєнцов Д.В., студент,

Університет прикладних наук ISMA, м. Рига

Вступ. Пандемія в Латвії здійснила негативний вплив на стан та подальший розвиток регіональних туристичних дестинацій. У Латвії туристичні дестинації представлені п'ятьма регіонами: Рига, Курземе, Відземе, Земгале та Латгалія. У період пандемії кількість осіб, які відвідали Латвію скоротилася на 87,5 % [1].

Актуальність теми. З метою забезпечення стабілізації стану в туристичній галузі та подальшого розвитку регіональних туристичних дестинацій урядом Латвії та суб'єктами господарювання було вжито низку організаційно-економічних заходів шляхом розробки довгострокової програми розвитку на період до 2027 року [2-3].

Матеріали та методи. У дослідженні використовувалися офіційні статистичні дані Республіки Латвія, положення національного плану розвитку Латвії та національної промислової політики країни на 2021-2027 рр. Розробка пропозицій щодо подальшого розвитку регіональних туристичних дестинацій в Латвії здійснювалося на основі комплексного підходу.

Результати та обговорення. Наразі уряд Латвії особливу увагу приділяє наступним напрямкам розвитку регіональних туристичних дестинацій:

зменшення середніх витрат на туриста на день. З цією метою пропонується забезпечити оптимальне співвідношення ціни та якості туристичних послуг, що призведе до більшого доходу;

підвищення конкурентоспроможності регіональних туристичних дестинацій. За цим напрямком пропонується удосконалення стандартів надання послуг, покращення якості освіти та навичок постачальників послуг (підвищення кваліфікації підприємців та найманих працівників у сфері гостинності, навчання протягом усього життя), сприяння впровадженню бізнес-інновацій, навчання в галузі інформаційних технологій, а також навчання для залучення інвесторів;

чинник сезонності, що негативно позначається на оборотності туристичного бізнесу. Так, наразі існує помітна сезонність, яка впливає на результативність туризму, особливо у сфері розміщення. Середній рівень заповнюваності в низький сезон падає лише до 30%, тоді як у високий сезон він може в середньому коливатися від 60% до 80% [1]. З метою підвищення активності у міжсезонний період пропонується оздоровчий туризм як ключовий пріоритет задля залучення додаткової кількості туристів у зимові місяці та мінімізувати вплив сезонності;

забезпечення безпеки довкілля, охорона навколишнього природного середовища та регіонального розвитку. З метою покращення та збереження високоякісних природних ресурсів пропонується розвиток культурного регіонального туризму та удосконалення транспортної інфраструктури. Важливо зазначити, що в Національному плані розвитку [2] вказано, що

розвиток туризму в Латвії є одним із пріоритетів економічного та екологічного розвитку, спрямованого на покращення способу життя населення як рушійну силу, що забезпечується через діяльність, пов'язану з туризмом;

посилення експортної спроможності регіональних туристичних дестинацій. Реалізація цього напряму планується через створення нових туристичних продуктів (організація бізнес-евентів, надання якісних медичних послуг, культурного та природного туризму) з високою доданою вартістю для залучення відвідувачів та популяризації Латвії на міжнародному рівні. Пропонуються заходи з модернізації існуючих закладів оздоровчого туризму та на їх основі створення сучасних курортно-оздоровчих реабілітаційних центрів у межах регіональних туристичних дестинацій.

Необхідно зазначити, що туристична сфера має мультиплікаційний ефект – збільшення потоку туристів (місцевих та міжнародних) сприятиме зростанню інших секторів економіки Латвії. Також на ефективне впровадження заходів щодо розвитку регіональних туристичних дестинацій в Латвії у постпандемічний період впливає адміністративно-територіальна реформа, проведена у 2019 р. Це є важливим чинником для подальшого сталого розвитку, оскільки здійснюється безпосередній вплив на управління туризмом (планування регіонів, муніципалітетів) та інфраструктуру. Важливо враховувати кліматичні зміни, які вже відбуваються, і планувати як кліматично нейтральний, так і кліматично стійкий розвиток з метою зменшення вразливості і втрат, пов'язаних із природним середовищем.

Висновок. Забезпечення розвитку регіональних туристичних дестинацій в Латвії в постпандемічний період здійснюється через сприяння держави – розробку та впровадження національних програм підтримки суб'єктів господарювання. За рахунок оптимізації витрат туристичних об'єктів, впровадження нових туристичних продуктів, бережливого ставлення до навколишнього середовища, залучення інвестицій, удосконалення туристичної інфраструктури, виваженої регіональної політики, популяризації Латвії у світових масштабах можливо забезпечити відновлення та розвиток регіональних туристичних дестинацій країни.

Література

1. Official statistics of Latvia. Statistics database. Tourism. URL: https://data.stat.gov.lv/pxweb/en/OSP_PUB/START_NOZ_TU/ (дата звернення : 16.04.2022)

2. National development plan of Latvia for 2021-2027. 2 July 2020 by decision of the Saeima of the Republic of Latvia No. 418/Lm13. URL: https://pkc.gov.lv/sites/default/files/inline-files/NAP2027__ENG.pdf (дата звернення : 16.04.2022)

3. Par Nacionālās industriālās politikas pamatnostādņēm 2021.-2027. gadam. Ministru kabineta rīkojums Nr. 93. Rīgā 2021. gada 16. februārī. URL: <https://likumi.lv/ta/id/321037-par-nacionalas-industrialas-politikas-pamatnostadnem-20212027-gadam> (дата звернення : 16.04.2022)

2. ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНОЇ КРИЗИ НА СТАН ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ У ФРАНЦІЇ

Мусійчук С.М., к.пед.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. З майже 90 мільйонами іноземних відвідувачів у 2019 році Франція є туристичним напрямком номер один у світі. Однак конкуренція з боку інших країн стає дедалі жорсткішою, і Франція повинна боротися за збереження цієї опори своєї економіки.

Актуальність теми. Франція вже майже 40 років утримує звання найбільш відвідуючої країни світу! На подіумі найбільш відвідуваних місць – Діснейленд, за ним Лувр і Версальський маєток.

Матеріали та методи. Але Францією подорожують переважно самі ж французи. Вони становлять близько 70% туристів. Потім йдуть європейці. З усіх іноземних мандрівників вони представляють майже 8 з 10 відвідувачів.

Результати та обговорення. Туризм є опорою економіки будь-якої країни. У Франції цей сектор становить 7,2% валового внутрішнього продукту, що більше, ніж, наприклад, сільське господарство чи авіація.

Туризм – це непередбачений прибуток для кількох секторів. Зокрема житло, на яке витрачається 20% цих витрат. У цій сфері набирають обертів такі платформи, як Airbnb, Agoda або Abritel. У 2019 році вони отримали 14% орендної плати проти 9% у 2016 році. Ще одна ознака важливості туристичного сектору: від нього залежать 313 тис. підприємств і два мільйони прямих і непрямих робочих місць.

Але, незважаючи на успіх, Франція втрачає позиції. За даними Всесвітньої туристичної організації, зараз на нього припадає 3,5% світових туристичних потоків порівняно з 8% у 1978 році. Франція справді конкурує з іншими напрямками, такими як Іспанія чи Сполучені Штати. Ці дві країни можуть отримувати більший дохід від міжнародного туризму, хоча і з меншою кількістю відвідувачів. Іншими словами, туристи там витрачають більше, ніж у Франції. Іспанія та Сполучені Штати також краще використовують вибух світового туризму. Кількість туристів там зростає швидше, ніж у Франції. У парламентському звіті намагалися зрозуміти, чому. Він, зокрема, зазначає, що Франція намагається утримати своїх відвідувачів. Середня тривалість перебування становить 7,2 дні в порівнянні з 8,7 дня в Іспанії. Інший приклад: більше половини китайських відвідувачів залишаються менше 3 ночей.

Висновок. У 2020-2021 роках через Covid-19 туристичний сектор Франції поніс значні збитки, за оцінками ООН, близько 40 мільярдів євро. Отже, глобальна криза впливає на стан туристичного ринку у Франції.

Література

1. <https://www.lumni.fr/video/le-poids-du-tourisme-dans-l-economie-francaise>

СЕКЦІЯ 11
«ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У
КРИЗОВИЙ ПЕРІОД»

1. РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У РАМКАХ ПРОГРАМИ GREENTOUR UKRAINE

Рудницька К.М., викладач

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. Сучасні негативні тенденції згубного впливу антропогенного чинника на природу, нераціональне використання природних ресурсів, що негативно позначаються на екологічній ситуації зумовлюють розвиток екологічного туризму.

Актуальність теми. В останні роки в Україні екологічний туризм стає все більш популярним, що пов'язано з наявністю на території країни різних унікальних об'єктів природи, які викликають цікавість туристів з усього світу.

Матеріали та методи. Розглянуто перспективи розвитку екотуризму в Україні в рамках співпраці з країнами ЄС, зокрема з Німеччиною.

Результати та обговорення. Італійська торгова палата для Німеччини та Торгово-промислова палата Івано-Франківської області організували проект, який фінансується ЄС, GreenTour Ukraine. Проект орієнтований на сприяння співпраці у сфері екологічного туризму серед підприємств малого і середнього бізнесу Німеччини та України.

Участь України у програмі GreenTour Ukraine надає можливість обмінюватися досвідом організації та надання еко-послуг з асоціаціями та компаніями, що працюють у сфері туризму, створювати спільні проекти з іноземними партнерами та популяризувати унікальні туристичні об'єкти регіону за межами країни.

В рамках проекту представниками обох країн було видано брошуру з інформацією про десять найкращих практик щодо охорони природи для розвитку нових туристичних пропозицій та діяльності в Європі.

Висновок. Проекти як GreenTour Ukraine покликані створювати нові, тривалі ділові стосунки між туристичними компаніями Німеччини та України з метою створення на ринку нових продуктів та послуг, підвищення потенціалу екологічного туризму та збільшення потоку міжнародних туристів.

Література

1. EU4Business: Connecting Companies' Promoting trade between the EU Member States and Eastern Partnership (EaP) countries: Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Moldova and Ukraine, *EUROCHAMBRES* [Elektronnyi resurs]: https://connectingcompanies.eu/?fbclid=IwAR0fJ1uIzhDX4QfVS_BYoMm8b9Rg7g52kNh3BazzfOMKSgBQmlNTJtvwal4
2. GreenTour Ukraine, *Facebook* [Elektronnyi resurs]: <https://www.facebook.com/GreentourUkraine2022/>

2. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ВПЛИВОМ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Сидорук А., к.п.н.,
Яременко Д.

*Запорізький національний університет
(ЗНУ) м. Запоріжжя*

Під час пандемії COVID-19, туристична галузь вважалась однією з найбільш постраждалих галузей економіки. Проте російське вторгнення в Україну посилює глобальну світову економічну невизначеність. Військові дії примушують багатьох думати, що міжнародний туризм занепав на дуже тривалий час, але у світі є багато прикладів, коли після масштабних конфліктів країни швидко відновлювалися та знову приймали гостей.

Результати збройних конфліктів, вносять глибокі зміни в туристичний потенціал країн. Створюється нова спадщина, а постконфліктний «туризм пам'яті» з часом зміщується із іншими напрямками – культурним чи морським туризмом тощо [5].

Саме тому слід проаналізувати міжнародний досвід розвитку туризму під впливом воєнного періоду. Розглянемо приклади деяких країн світу:

До класичних методів управління науковці відносять:

1. Туризм у Хорватії практично припинився в 1990-х роках під час війни. Після її закінчення, розпочалась масована PR-кампанія, яка виокремлювала раніше не відомі туристичні особливості країни. Хорватія, яка налічує понад тисячу островів, з яких 66 населені, завдяки такому географічному положенню, привернула увагу багатьох туристів, раніше відвідуючих лише острови Греції. Хорватські пляжі почали отримувати «голубі прапори» за свою екологічність та чистоту. Про пляжні локації Хорватії стали писати іноземні видання, а пізніше блогери і соціальні медіа. Країною зацікавилися великі круїзні компанії, міжнародні туроператори та мережеві готелі [4].

2. Конфлікт у Боснії та Герцеговині тривав у 1992-1995 роках, але досі мир часто характеризується простою відсутністю збройного конфлікту, а не справжнім примиренням між різними спільнотами. Але, все ж таки, в обох містах відновлено історичні центри, центральні туристичні зони, хоча сліди конфлікту все ще залишилися. Туристам проводили приватні виставки, на яких показували фотографії подій конфлікту (облога Сараєво сербами, «різанина» в Сребрениці, руйнування Старого мосту в Мостарі). У сувенірних крамницях обох історичних центрів пропонували вироби, пов'язані з війною (наприклад гільзи, перетворені на ручки). В місті влаштовані меморіали загиблим, пам'ятник дітям, які загинули під час облоги міста та «троянди Сараєво» (воронки від снарядів, де загинутих людей залили червоною смолою [5].

3. Відродження туризму в післявоєнній Німеччині у 1960-х роках орієнтувалось на розвиток соціального туризму, де основною цільовою групою є пенсіонери, молодь, учні тощо. Прийнятний рівень цін підтримувався за рахунок дотацій з бюджетів різних рівнів, за рахунок пакетних пропозицій

групових турів і різноманітних групових та індивідуальних знижок. Робітники отримали можливість користуватися туристськими послугами на тих же умовах, що інші категорії туристів. Такі кроки помітно підняли ринок внутрішнього туризму.

4. Наразі триває велика напруженість між Ізраїлем і палестинцями, які проживають у Східному Єрусалимі, Газі та на Західному березі. Але, навіть знаючи про те, що в країні триває війна, іноземні туристи охоче їдуть до Ізраїлю та ознайомлюються з давнім біблійним Єрусалимом, куштують традиційні страви у Тель-Авіві, а також відпочивають на курортах Мертвого моря.

5. Кіпр, який у 1960 році став незалежною від Великобританії державою, в послідовні роки мав міжетнічний конфлікт між грецькими та турецькими громадами. У 1964 році там розмістився миротворчий контингент ООН і була проведена демаркаційна лінія. У 1975 році Кіпр остаточно був поділений на південну грецьку частину та північну - турецьку. А вже у 2018 році курортний острів отримав рекордну кількість туристів - 3,8 млн. при населенні в 1,22 млн. жителів [5].

Висновок. Виокремлені приклади це лише частина з наявних, але, нажаль, вищевизначені негативні тенденції міжнародного туризму - є значно меншими, чим ті, що трапилися із туристичним ринком України: туристичний потенціал зруйнований, туристичні підприємства припинили свою діяльність тощо. Саме тому, важливим сучасним питанням для державних органів управління туризму та гостинності є виокремлення методів антикризового управління, які сприятимуть відновлення туристичної галузі України.

Література

4. Дворська І.. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL : <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>

5. Маджумдар О., Гончарова К. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/1647724135.html/amp>.

СЕКЦІЯ 12
«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ»

1. АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Давидова О.Ю., д.е.н.,

Сисоєва С.І., к.н. з держ. упр.

*Харківській національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(ХНЕУ ім. С. Кузнеця) м. Харків*

На сучасному етапі, готель – це підприємство, що складається з облаштованих номерів, яке зазвичай знаходиться в точці з практичною транспортною розв'язкою, розвиненою інфраструктурою, призначене для тимчасового проживання гостей, які прибули з діловою метою поїздки, яким надається якісне обслуговування (привітний персонал; чисті, комфортні номери, щоденне прибирання; паркування; харчування), а також вигідні умови для професійної діяльності (роботи): проведення переговорів, навчальних семінарів, майстер-класів тощо [1].

Водночас пропозиції щодо розвитку туристичної інфраструктури не можуть обмежуватися лише створенням нового та реконструкцією існуючого готельного фонду.

Слід зазначити важливість комплексного розвитку туристичної інфраструктури, що містить як будівництво нових засобів розміщення, так і супутню інфраструктуру (транспорт, підприємства ресторанного господарства, індустрію розваг, об'єкти туристичного показу тощо). Розміщення туристичних комплексів, що зводяться знову, має враховувати як параметри туристичного попиту за видами туризму, так і характер туристичної пропозиції – наявність туристичних ресурсів, умов для кадрового забезпечення, відповідно до екологічних вимог та економічної доцільності.

Український ринок готельних послуг наразі неспроможний повністю задовольнити потреби сучасної людини. Але перспектива забезпечити задоволеність потреб споживача у майбутньому існує [2].

Низький технічний рівень у туристичній галузі та невисокий рівень кваліфікації кадрів не дозволяють залучити значний туристичний потік із-за кордону в Україну, тим самим активізувати розвиток внутрішнього та соціального туризму. Тому необхідно насамперед звернути окрему увагу на рівень кваліфікації персоналу та матеріально-технічний стан готельних комплексів.

У готельній галузі існує низка проблем:

- застарілий номерний фонд;
- завищені ціни у готелях;
- рівень навчання фахівців, які працюють у галузі готельних послуг та туризму дуже низький, у випускників вищих навчальних закладів відсутнє бажання працювати на посадах технічного рівня (офіціанти, покоївки), у зв'язку з цим виникає потреба запрошувати іноземних громадян.

У готельному підприємстві на якісне обслуговування впливають такі чинники:

– стан матеріально-технічної бази (якісне оздоблення та зручне планування в готелі, оснащеність громадських приміщень та житлових номерів, високопродуктивне кухонне обладнання, наявність комплектів якісної білизни, ліфтове господарство та інше);

– передова технологія обслуговування передбачає способи та порядок прибирання житлових номерів та громадських приміщень, оформлення гостей та їх розрахунків тощо;

– високий рівень майстерності обслуговуючого персоналу, здатність точно, швидко та культурно обслуговувати споживачів;

– постійне та безперервне покращення якості обслуговування, що полягає у розробці та впровадженні стандартів якості, навчанні персоналу, вдосконаленні обслуговування в усіх підрозділах готелю, на всіх етапах створення та надання готельних послуг [1].

До чинників підвищення ефективності діяльності засобів розміщення можна віднести такі:

– спрямованість на розвиток перспективних напрямів готельної діяльності (перетворення розуміння гостинності; готелі рівня «2–3 зірки» запроваджують нові технології та послуги, організаційно-технічні методи, які раніше були властиві лише готелям «4 та 5 зірок» (хімчистки, пральні, SPA-салони, комплекси власних бізнес послуг, паркування, бари тощо);

– покращення якості та збільшення спектру готельних послуг (запровадження інтерактивного телебачення, автоматизованих систем управління, доступу до Інтернету, IP-телефонія);

– комплексне супроводження життєвого циклу готельного продукту та зниження операційних витрат;

– персональний підхід у роботі з постачальниками, підрядниками;

– постійне підвищення кваліфікації персоналу, стимулювання та збереження персоналу (здійснення вкладень у безперервне навчання персоналу, розробка системи стимулів та пільг для вивчення супутніх професій, індивідуальний підхід та упередження бажань споживача, організація принципів командної роботи).

Висновок. Таким чином, велику роль розвитку туристичної інфраструктури відіграє ресурсна і матеріальна складова запропонованого туристичного продукту, а також якісне обслуговування, кваліфікований персонал, широкий спектр додаткових послуг, грамотне поєднання яких (ексклюзивність, цінова політика, спецпропозиції, акції, знижки) дозволить забезпечити високу конкурентоспроможність туристичного продукту на ринку.

Література

3. Boyatzis R. The Competent Manager: A model for effective performance Text. / R.E. Boyatzis. Chichester: John Wiley & Sons, 2015.

4. Бондаренко Ю.Г., Кулиняк І.Я., Гвоздь М.Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації // Review of Transport Economics and Menegement.2020. Вип.3. С. 33-47.

2. ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Переверзева Т.І., викладач

*Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права
м. Чернівці*

Вступ. Впровадження екологічних інновацій у готельному підприємстві дозволяє оптимізувати економічну діяльність готелю шляхом економії ресурсів, а також покращує екологічний стан регіону. Досліджено найбільш типові екологічні інновації у готелях Карпатського регіону що дозволяє визначити напрями подальшої екологізації готельного господарства.

Актуальність теми. Враховуючи моду на «еко» тренди і зростаючий попит на органічні (екологічні) продукти, можна з упевненістю заявити, що «еко» меню, екологічно сертифікований текстиль і косметичні засоби, що використовуються при наданні послуг, безумовно підвищать рейтинг готелю. А саме, готелі намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, практикувати «безвідходні» технології, пропонувати гостям спеціальну білизну «для алергіків», екологічно чисті продукти і напої в ресторані.

Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності. У гірському готелі «Ковчег» Чернівецької області вся енергія видобувається з поновлюваних джерел: сонячних панелей і колекторів. У комплексі використовуються енергозберігаючі лампи, встановлені крани з водозберігаючими насадками, змішувачі в душових кабінах з дрібним дифузором, налагоджена система теплоізоляції. До економного використання природних ресурсів в готелі закликають і постояльців: в кожному номері є пам'ятка про необхідність збереження води та електроенергії, сортування відходів.

Далеко від гамірного міського життя, на безкраїх просторах Буковинських Карпат, серед смерекових лісів та стрімких вершин розташувався еко-курорт «Хутір Тихий». Це справжній острів дикої природи, яку оминув стрімкий поступ цивілізації. «Хутір Тихий» знаходиться неподалік селища Путила Чернівецької області. Це найбільш екологічно чисте місце в Україні - в радіусі 100 км немає жодного діючого промислового підприємства.

«Хутір Тихий» створений для тих, хто мріяв про власний дім в оточенні Карпат. Щоб тільки Ви, ялинки, спів птахів, подих вітру і гори навкруги... Для людини прагнення бути здоровим є природнім. Тому головним завданням будь-якого еко-курорту є створення оптимальних умов для покращення фізичного здоров'я своїх гостей.

Еко-спа-готель «Над Карпатами» застосовує економію водних ресурсів, енергозбереження, забезпечення гостей органічними продуктами харчування, засоби для миття і чищення без шкідливих для природи компонентів

Еко-готелі проводять активну політику екологізації. Так, підбір будівельних матеріалів здійснюється з максимальним урахуванням

екологічності (дерев'яні балки, глиняна черепиця, екологічна фарба, лаки та ін.). При оформленні номерів використовуються лише натуральні матеріали: дерево (ліжка, підлога, лавки, столи), 100% льон і бавовна (фіранки, рушники, постільна білизна) і ін. Матраци виготовлені з натуральних матеріалів: кокос, водорості, шерсть, бавовна, льон, натуральний латекс. При збиранні і пранні білизни в готелях використовуються лише безпечні, біорозкладані, екологічні та органічні миючі засоби, серветки з мікрофібри, сода, лимонна кислота.

У всіх приміщення засобу розміщення встановлені енергозберігаючі лампи LED. Для заощадливого використання водних ресурсів в санвузлах використовується система подвійного зливу. Крім того заклади сортують сміття та віддають на переробку органічне сміття. При будівництві деяких готелів використовувалися переробні матеріали, а у номерах споруджені туалети з низькою витратою води.

Аналіз тенденцій у готельному господарстві Карпатського регіону вказує на потребу впровадження наступних заходів щодо екологізації готелів підвищення екологічної свідомості та обізнаності як власників готелів так і постояльців; стимулювання екологічної сертифікації готелів; перегляд ДСТУ послуги туристичні. Класифікація готелів із врахуванням вимог екологічності; дотримання екологічних нормативів при виборі ділянки та забудові готельного комплексу.

Висновок. Готельне господарство Карпатського регіону відзначається низьким впровадженням екологічних технологій. Але все ж таки, деякі готелі намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, застосовувати «безвідходні» технології, екологічно чисті продукти і напої у ресторані. Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності, позитивними наслідками якої і скорочення собівартості готельних послуг, підвищення туристичної привабливості готелю, надає конкурентні переваги на туристичному ринку, підприємства готельного господарства України наближаються до європейського рівня.

Література

1. Паньків М. Є. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток еко-готелів як інноваційної концепції гостинності у М. Є. Паньків" В.М. Гунько Науковий вісник НЛТУ України 2017, Вип. 27 С. 108-112.

2. Кравченко А.І. Особливості організації обслуговування в еко-готелях / А.І. Кравченко, Д.І. Басюк // Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку: матер. Міжнар. наук.-практ. конф, 25-27 березня 2015 р. К.: Вид-во НУХТ, 2015. С.212-213.

3. Електронний ресурс – Режим доступу : <http://kraevska.vk.vntu.edu.ua/file/bcbdbd4bd9038f211c39dc74c36cd34a.pdf>

4. Електронний ресурс – Режим доступу : <http://ecolog-ua.com/news/top-eko-iniciativ-yaki-ukrayinski-goteli-mozhut-vykorystovuvatyvzhe-sogodni>

3. ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ В СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ

Кобиляк А.І., студент 3-го курсу
 Карач В.С., викладач

*ВСП «Івано-Франківський фаховий коледж ресторанного сервісу і туризму
 НУХТ»*

Сільський зелений туризм – великий сегмент світового туристського ринку зі широким спектром послуг. Прискорений розвиток цього виду туризму відіграє роль каталізатора структурної перебудови економіки, забезпечує демографічну стабільність, сприяє вирішенню соціально-економічних проблем.

В Україні сільський зелений туризм стоїть перед організаційно-економічними та маркетинговими викликами конкурентного ринку. У Стратегії розвитку туризму і курортів України до 2026 року серед пріоритетних організаційно-інфраструктурних напрямів діяльності виокремлено створення туристичних кластерів.

Туристський кластер – це відносно компактна територія зростання туристської індустрії, що характеризується певною туристською спеціалізацією [2].

Питання кластерів і кластерних ініціатив у сільській місцевості набуває особливої актуальності в умовах урбанізаційних процесів. Це стосується концептуальних засад формування кластерів, їх структури та функціонування.

До туристичних кластерів відносять групи підприємств, сконцентрованих у межах певної території, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність. Їх організують на базі закладів гостинності, центрів розвитку спеціалізованого туризму чи певних туристичних дестинацій [3].

Таблиця – 1. Характеристика кластерів у сфері сільського зеленого туризму

1	Мета створення	Забезпечення сталого розвитку підприємства у сфері сільського зеленого туризму регіону
2	Сутність	Забезпечення комерційної діяльності, вдосконалення ділових взаємин, досягнення нерозривного та взаємозалежного співробітництва
3	Типи кластерів	Садибний (нічліжно-гастрономічний), агротуристичний, краєзнавчо-екскурсійний
4	Наявний потенціал	Природно-рекреаційний, історико-культурний, людський, інфраструктурний, фінансовий тощо
5	Суб'єкти кластерної моделі	Агрооселі та інші засоби розміщення, заклади харчування, підприємці з надання туристичних послуг, майстри, дорадчі служби, органи влади та місцевого самоврядування, громадські об'єднання, освітні заклади тощо

Джерело: розроблено авторами.

Прикладом ефективного застосування кластерного підходу в організації сільського зеленого туризму в світі є Італія, Іспанія, Франція, США та інші країни. За результати маркетингових досліджень Європейської федерації фермерського і сільського туризму основним мотивом для понад 35 % споживачів агротуристичних послуг у Європі є бажання відпочити від

напруженого ритму міського життя, можливість зануритись у неквапливий сільський побут. З усіх закордонних країн найбільше значення для України має досвід наших найближчих західних сусідів – Польщі, Угорщини, Румунії [1].

Івано-Франківська область має сприятливі передумови для розвитку сільського зеленого туризму, адже тут є пам'ятки історії та культури світового рівня, унікальні природні ландшафти, велика кількість об'єктів природно-заповідного фонду. Етнографічна карта області представлена різноманітними етнографічними районами – Покуттям, Бойківщиною, Опіллям і Гуцульщиною. Населення цих районів досі зберігає багату матеріально-духовну спадщину, особливий давньоукраїнський колорит, який наповнений самобутніми обрядами, одягом, побутом, ремеслами, архітектурою, що, безумовно, є атрактивним для великої кількості туристів. До послуг туристів в області понад 800 агроосель, частина з яких пройшли процедуру добровільної категоризації.

Створені за адміністративно-територіальною реформою ОТГ, одним з своїх пріоритетів визначили розвиток сільського зеленого туризму. Це узгоджується з підтримкою розвитку мережі туристичних кластерів, передбаченою Регіональною цільовою програмою розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2022-2027 роки [4].

Прикладом успішного розвитку сільського зеленого туризму є створення в ОТГ Вигода Калуського району туристичного кластеру «Гостинна бойківська Долинщина». Кластер охоплює понад 30 учасників туристичного бізнесу. Кластер пропонує подорож вузькоколійкою «Карпатський трамвай», дегустаційний екскурс у медоварню «Чорна бджола», відвідування овечої ферми «Дубовий Кут», еко-ферми свійських тварин «Вікінги Карпат», атракцій «Кузня» та «Сон на вулицях», подорож стежками та лабіринтами «Скелі Довбуша», оздоровлення місцевими мінеральними водами, пізнання бойківських традицій та культури, органічні продукти, вирощені безпосередньо в приватному господарстві, страви бойківської кухні за рецептами предків. Садиба «Дарваїв кут» – сертифікований учасник міжнародної мережі Карпатської кулінарної спадщини пропонує гостям дегустацію, а при побажанні і приготування бульб'яних пирогів бойківських без борошна.

Висновок: кластерний підхід організації сільського зеленого туризму – перспективний напрям підвищення рівня задоволення комплексного обслуговування туристів, формує бережливе ставлення до довкілля, пам'яток матеріальної та нематеріальної культури регіону; створення кластерів у межах ОТГ сприяє вирішенню проблем зайнятості сільського населення, розвитку підприємницької ініціативи, покращенню фінансового стану території тощо.

Література

1. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm.
2. Мальска Марта. Туризм як один з інструментів сталого сільського розвитку України. URL: <http://doi.org/10.32437/IPSIProceedings.Issue-2019>.
3. Костирко І. Г., Корчинська О.О. Кластерний підхід у розвитку сільського зеленого туризму// Інноваційна економіка. 2015. № 4 (59). С.159-163.
4. Регіональна цільова програма розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2022-2027 роки. URL: <https://www.if.gov.ua>.

4. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МІСТІ КИЄВІ ДО 2035 РОКУ

Розметова О.Г., к. н. з держ. управління,
Управління туризму та промоцій ВО КМР (КМДА),
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

В основі формування стратегічних цілей та пріоритетних напрямків розвитку міста Києва до 2035 року стало застосування сучасного підходу смарт-спеціалізації.

Стратегія смарт-спеціалізації (далі «S3», – від англ Smart Specialisation Strategy) – концепція та політика інноваційного регіонального розвитку яка сприяє економічному зростанню в регіоні через краще розкриття його потенціалу (досвід Євросоюзу).

Передумовою процесу стратегічного планування розвитку столиці стало соціологічне дослідження, виконане на замовлення Київської міської державної адміністрації. Основною метою даного дослідження було повне залучення стейкхолдерів та спонукання їх до інновацій і експериментаторства. «Дорожня карта» дослідження включала наступні етапи:

1. Аналіз результатів соціологічних опитувань мешканців міста Києва у два етапи (первинне дослідження у 2017–2018 роках, вторинне – 2020 рік).

2. Онлайн-опитування експертів з м. Києва і населених пунктів прилеглих територій, що входять до складу асоціації «Київська агломерація». Питання до експертів були сформовані за трьома напрямками: «*візія міста*», «*Київ та прилеглі території*» (вектори спільного розвитку), «*смарт-спеціалізація*» (перспективних сфер та видів економічної діяльності). В опитуванні взяли участь понад 1132 респонденти: *представники громадських організацій, бізнес і професійних асоціацій, фахівці органів самоврядування та установ м. Києва і Київської області, депутати, представники бізнесу, науковці тощо* (2020 рік).

3. Узагальнення результатів соціологічних досліджень з урахуванням проведеного *стратегічного аналізу, SWOT-аналізу та пропозицій Робочої групи з розробки проекту Стратегії розвитку міста Києва до 2035 року*.

За результатами проведеної роботи всіма учасниками проекту було сформовано стратегічні цілі розвитку міста до 2035 року.

Однією із стратегічних цілей визначено розвиток столиці як культурного і туристичного центру, що включає в себе наступні акценти:

- збереження об'єктів історико-культурної спадщини;
- розвиток культурного середовища та підтримка креативних індустрій, просування культурної пропозиції;
- розвиток туризму та туристичної інфраструктури;
- забезпечення духовного розвитку всіх верств населення та формування національної ідентичності.

Для успішного досягнення вищезазначеної стратегічної цілі було сформовано перспективні напрямки подальшого розвитку туризму в м. Києві (представлено в табл. 1) та розпочато процес їх реалізації безпосередньо через нову Міську цільову програму розвитку туризму в м. Києві на 2022-2024 роки (далі – МЦП), затверджену рішенням Київської міської ради від 07.10.2021 № 2724/2765

Таблиця 1

Київ туристичний: перспективні напрямки відповідно до
Стратегії розвитку міста Києва до 2035 року

Напрями	Завдання
1. Просування Києва як туристичного центру шляхом реалізації комплексу маркетингових заходів та розвитку туристичної пропозиції	Популяризація туристичного потенціалу та бренду міста шляхом участі у міжнародних виставкових та інших PR заходах в Україні і за кордоном
	Реалізація іміджевої політики міста як туристичної столиці європейського рівня
	Розвиток сучасних видів туризму
2. Удосконалення комунікаційного простору та туристичної інфраструктури із застосуванням елементів цифровізації	Створення мережі сучасних туристично-інформаційних центрів у Smart-форматі
	Формування інклюзивного туристичного середовища в місті Києві
	Підвищення якості сервісу обслуговування туристів. Діджиталізація сфери туризму

Серед найбільш пріоритетних видів туризму у місті Києві зосереджено увагу та ресурси на наступних: *діловий (MICE); медичний та оздоровчий; інклюзивний; подієвий; гастрономічний; історичний; міський (урбан); спортивний; релігійний*. Управління туризму та промоцій ВО КМР (КМДА) є головним розробником та виконавцем завдань та заходів МЦП, спрямованих на **смарт-розвиток** туризму в місті Києві навіть в умовах обмежень пандемії COVID – 19 та військової ситуації. Також, слід зазначити, що значний акцент останні два роки та на перспективу зроблено на діджиталізацію сфери туризму, як і багатьох інших сфер в умовах існуючих обмежень та прискорених трансформацій. Створення нових застосунків, оцифровка туристично-привабливих об'єктів, запуск нових інформаційних проектів, зокрема такого як SaveKyiv, направлено на збереження культурно-туристичного надбання столиці України в умовах війни, все це оперативні кроки на шляху у досягненні визначених стратегічних цілей та становлення міста Києва як туристичного центру європейського рівня.

Висновок. Застосування підходу смарт-спеціалізації та використання його інструментів при стратегічному плануванні розвитку туризму в місті Києві є значним кроком у напрямку євроінтеграції та підвищення конкурентоспроможності столиці України.

Література

1. <https://dei.kyivcity.gov.ua/content/rozrobka-proiektu-strategii-rozvytku-mista-kyieva-do-2035-roku.html>.
2. <https://guide.kyivcity.gov.ua/savekyiv>.

5. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСОБИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ

Антоненко І.Я., д.е.н.,

Рамізов Д.В., здобувач

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Використання інформаційних систем та технологій в готельних підприємствах України почалося з 90-х років ХХ ст. Саме тоді Інтернет почав перетворюватися на глобальний інформаційний простір.

Актуальність теми полягає в тому, що більшість підприємств в готельній сфері в світі, на сьогодні в своїй роботі використовують інформаційні системи та технології, які дозволяють спростити, пришвидшити, удосконалити та зробити більш ефективною свою роботу.

Матеріали та методи. Проведене дослідження ґрунтується на застосуванні аналізу і синтезу, системному підході.

Результати та обговорення. В готельній сфері наразі існує більше десятка продуктів автоматизованої системи управління готелями від різних компаній, більшість з яких є зарубіжними (OPERA, Fidelio, Epitome Servio, R-Keeper, InStyle, Інтероль, Едельвейс), проте є й українські розробки (ProHotel, SuperHotel, B52 та ін.) [1].

Більшість зарубіжних компаній мають своїх дистриб'юторів в Україні, які в свою чергу є і інсталяторами програми в готелях. В основному всі програми забезпечують ведення обліку у відповідності до вітчизняного законодавства, що реалізується завдяки інтеграції із бухгалтерською системою. Наступна відмінність від західних готелів – автоматизована система управління в українських готелях має дозволяти заселення гостей не лише за номерами, а й за ліжко-місцями. Варто також зауважити, що західні системи дають більшу свободу в роботі своїм співробітникам в прийнятті рішень, що не скажеш про українські програмні продукти, до яких висуваються вимоги в обмеженні свободи дій персоналу. В таблиці подано приклади автоматизованих систем управління готелями в Україні.

Таблиця 1 - Автоматизовані системи управління готелями, які використовуються в Україні

Продукт	Виробник	Інсталятори та дистриб'ютори в Україні	Приклади клієнтів в Україні	Основні споживачі
1	2	3	4	5
Fidelio	MICROS-Fidelio (США)	HRS	Апарат-готель «Шале-Рояль» (Трускавець)	Готелі від трьох до п'яти зірок
OPERA	MICROS-Fidelio (США)	HRS	«Вілла Амбасадор» (Трускавець), «Інтерконтиненталь Київ» (Київ)	Мережеві готелі

Продовження табл. 1

Epitome PMS	SoftBrand (США)	Libra Hospitality	«Прем'єр-Палас» (Київ)	Готелі від трьох до п'яти зірок, мережеві готелі
Готель-2.3	Інтеротель (РФ)	Інтеротель	Дані відсутні	Готелі від двох до п'яти зірок
Едельвейс	Рексофт (РФ)	UCL	Готель «Спорт» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
B52 Отель	Студія ПЛЮС (Україна)	Аль-ТАБ (Київ) Ректа (Мукачево)	«Бізнес-готель «Контіненталь» (Одеса), Примор'є (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Servio HMS	НКТ (РФ)	Експерт Солюшен	«Джоконда» (Одеса), «Опера» (Львів)	Готелі від двох до чотирьох зірок
ProHotel, SimpleHotel	Топ Поінт АйТи (Україна)	Топ Поінт АйТи і партнери-інтегратори	«Сезони СПА» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Shelter	UCS (РФ)	UCL	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
SuperHotel	Альтінет (Україна)	Альтінет	Пансіонат «Рута»(Затока)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Intellect Style	ККС	Hello!, Юніком, Ютіс та ін.	Готель «Київ» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
GS:Управління готелем	Глобал Софт	Глобал Софт	Готель «Дружба» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
1С: Підприємство 8. Готель	1С	Компанії 1С: Франчайзи	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
1С-Parus	1С-Parus	Глобал Софт, Центр бізнес-технологій та ін.	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
SmartHotel	Смарт Лаб	Смарт Лаб	Готель «Казацький» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок

Джерело: [2, с. 50]

Висновок. Отже, українські готелі мають достатній досвід та широкий вибір автоматизованих систем управління готелем. АСУ є одним з основних засобів ведення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг, тому запровадження та використання таких систем у повсякденній діяльності готелів є важливим фактором для успішного розвитку їх бізнесу.

Література

1. Компанія «Micros-Fidelio». Система автоматизованого управління готелем. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://micros.rs/en/micros-fidelio.html>
2. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі / В.М. Лисенко // Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». – К., 2019. – 100 с.

6. СУЧАСНА СТРАТЕГІЯ ВИБОРУ НАПРЯМУ ДЛЯ ВІДПОЧИНКУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТУРИСТІВ

Верес К.О., к.г.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Аналітики туристичного ринку прогнозують, що у 2022 році туристи і надалі будуть зіштовхуватись з перепонами для вільних подорожей за кордон. Поява нових штамів, спалахи чергової хвилі пандемії і надалі будуть визначати основні тенденції розвитку індустрії.

Актуальність теми. Пандемія пандемія Covid 2019 та поточний економічний стан внесли серйозні зміни до менталітету європейських туристів. Місце раннього бронювання незабаром можуть зайняти спонтанні подорожі «останнього моменту».

Результати та обговорення. Європейський туристичний бізнес зазнає втрат. На фоні суворих обмежень, пов'язаних з пандемією Covid 2019, багато європейських туристів, не в останню чергу – з міркувань економії, надають перевагу спонтанним подорожам (гарячим турам). Саме такі дані показало опитування, проведене Skyscanner та One Poll серед вибірки в 1 тис. європейських туристів.

Так, 35% опитаних заявили, що не обирають одразу конкретного пункту призначення під час планування поїздки. Ще 42% заявили, що гнучко підходять до вибору місця та часу поїздки.

А загалом більшість потенційних туристів – користувачів Skyscanner у виконували пошук, вводячи “alle orte” (“скрізь”) замість того, щоб шукати конкретне місце призначення.

Це означає, що таким чином європейські туристи можуть бачити більш доступні варіанти подорожі. А саме, фактор ціни назвали визначальним 51% опитаних. Також важливі й інші «пандемійні» тренди, насамперед гнучкі умови скасування подорожі. Проте від закордонного відпочинку переважна більшість відмовлятися не готова 88% мають намір вирушити на відпочинок за кордон, причому 61% заявив, що ця можливість стала для них «важливішою, ніж раніше».

Висновок. Отже, пандемія Covid 2019 та постійна поява нових варіантів вірусу, таких як “омікрон”, серйозно впливають на плани подорожей по всьому світу. Туризм перманентно трансформується: виникає попит на нові форми. Відпочинок на свіжому повітрі, спонтанні поїздки, обмін житла по оренді, робота на віддаленні, бронювання кількох поїздок поспіль та упор на зручності під час проживання – сучасні форми туристичних подорожей європейського туриста 2022.

Література

1. <https://dip.org.ua>

7. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТА МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ

Верес К.О., к.г.н.

Аратюнова Н., здобувач

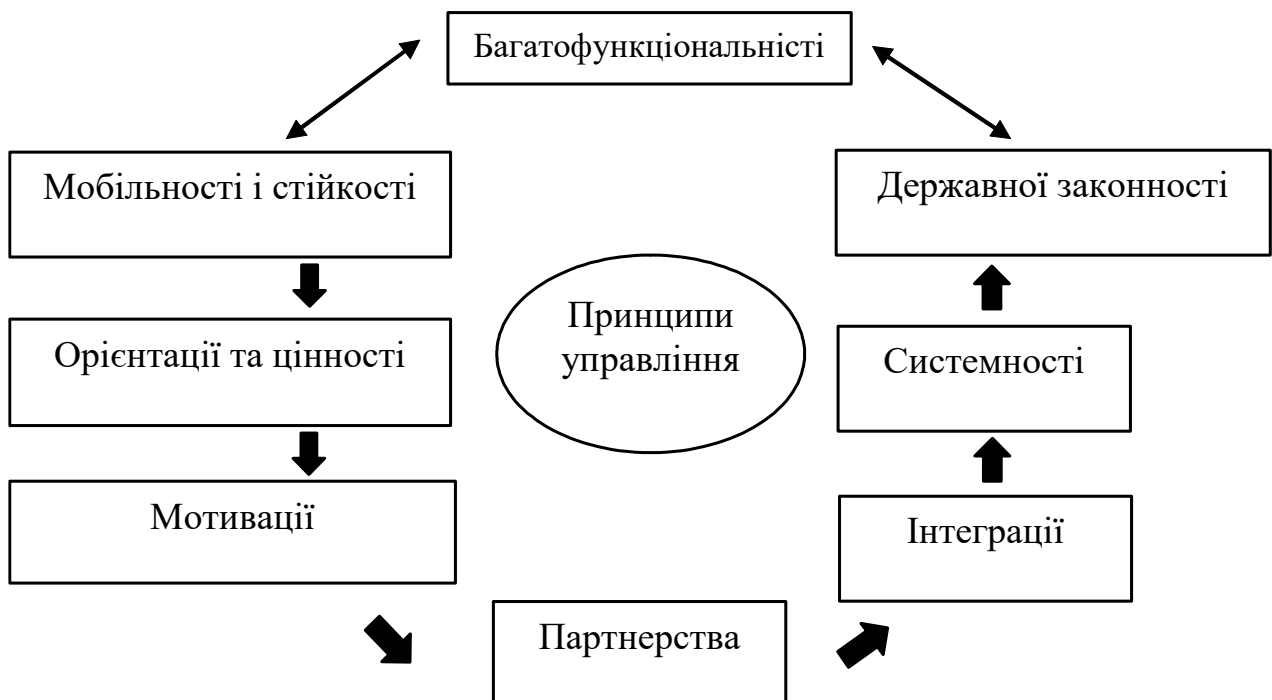
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Останні роки готельно-туристична індустрія є однією з найприбутковіших у світі. Галузь позитивно впливає на розвиток суміжних галузей, які безпосередньо беруть участь у створенні готельно-туристичного продукту чи послуги.

Актуальність теми. Аналіз світової практики з управління готельним господарством та аналіз наукових досліджень показує, що основними факторами, які мають вплив на формування готелю, є: розташування, режим експлуатації (цілорічний, сезонний), термін перебування туристів, рівень цін та обслуговування [1, с. 11].

Результати та обговорення. У вітчизняній практиці, готель є комерційним підприємством, що призначене для надання послуг розміщення, які відповідним чином класифіковані.

Діяльність з управління підприємствами готельного господарства специфічна і суттєво відрізняється від діяльності працівників інших галузей, менеджмент готелів ґрунтується на системі «людина - людина». У зв'язку з цим посилюються тенденції до зростання ролі персоналу в управлінні і, відповідно, збільшуються вимоги до врахування людського фактору.



Крім того, основною перевагою міжнародних корпорацій є сила бранда. Звідси кожна корпорація використовує свій підхід до класифікації готелів у межах своєї корпорації. Ці системи відрізняються високим ступенем визначеності і незмінності в порівнянні з будь-якими державними, у зв'язку з чим не тільки індивідуальні клієнти, а й великі туроператори і компанії воліють працювати з ними.

Головною особливістю цих систем є той факт, що в рамках однієї готельної корпорації виділяються не категорії, а готельні бренди, кожному з яких притаманні певні характеристики з розрахунком на певну цільову аудиторію. В рамках кожного готельного бренду корпорація розробляє свою концепцію, призначення готелю, його місцезнаходження, рівень комфорту та цін, а також низку інших критеріїв [1, с. 13].

В закордонній практиці існують точка зору, що діяльність підприємства готельного бізнесу буде найбільш успішною лише в тому випадку, коли вихід підприємства на ринок готельних послуг буде не стільки добре продуманий і всебічно обґрунтований, скільки виходитиме з довгострокових цілей.

В основі ефективної моделі управлінської діяльності міжнародних готельних корпорацій лежить управління якістю готельних послуг. Тобто мірою якості готельної послуги (сукупності готельних послуг) виступає ступінь задоволеності споживача, що визначається співвідношенням вартості та цінності (споживчої вартості) послуги [2, с. 225]:

$$\text{Якість} = \text{Задоволеність споживача} = \text{Цінність} / \text{Вартість}. \quad (1.1)$$

Висновок. Дослідивши вітчизняний та закордонний досвід застосування принципів управління готельним підприємством, можна стверджувати, що міжнародна експансія транснаціональних готельних корпорацій має великий вплив на ефективність управління готельними комплексами.

Українським готельним підприємствам серед принципів управління готелем слід також на взірець закордонній практиці застосовувати аналіз та дослідження ефективності обраних принципів в управлінні. Також міжнародні рекомендації та досвід роботи міжнародних корпорацій слід враховувати під час розробки нових нормативних документів, а також у практичній діяльності керівниками вітчизняних засобів розміщення.

Література

1. Дишкантюк О.В., Потьомкін Л.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах covid-19: світова практика та українські реалії. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 61 С. 11-17.
2. Сокол, Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підруч. / Т.Г.Сокол. – К.: Альтерпрес, 2009. – 447 с.

8. ПОЛІТИКА ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Вінніченко І.М., Ph.D.,

Заборовець Ю.Л., здобувач

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Колись ресторани могли продавати себе за допомогою чудового меню. Але в наш час, коли занепокоєння щодо зміни клімату та пошкоджених екосистем пробивається через свідомість споживачів, клієнти хочуть, щоб їхні гроші вийшли за рамки рахунків до сталості ресторану.

Актуальність теми. У процесі дослідження використано: діалектичні і загальнонаукові метод, метод наукового пізнання, метод теоретичного узагальнення.

Результати та обговорення. Багато людей відчувають себе перевантаженими та безсилимими допомогти планеті, але коли ресторани стають діяти більш стійко, вони дають клієнтам можливість робити це й у повсякденному житті. Таким чином, перехід до екологічних методів є розумним не тільки для того, щоб зробити свій внесок для планети, але й має серйозний сенс для бізнесу.

Це допоможе вам просунути ваш бізнес у прибутковість, екологічне майбутнє. Фактично, опитування, проведене від імені Асоціації стійких ресторанів, показало, що понад 80% респондентів сказали, що стійкість була вирішальним фактором при виборі місця. Інше опитування, проведене CGA спільно з UKHospitality, показало, що більше чотирьох з п'яти респондентів (83%) очікують, що готельні бренди будуть брати участь у екологічних практиках, а 41% навіть сказали, що готові платити більше за стійке харчування. Таким чином, стабільність — це більше, ніж просто примха чи приємна додаткова інформація: це необхідність для задоволення потреб нинішнього та майбутніх поколінь відвідувачів. Якщо ви хочете, щоб клієнти обирали вас над конкурентами, ви повинні показати, що вони платять не тільки за свою «тарілку».

Висновок. Отже, впровадження екологічної політики в систему управління підприємства готельного господарства буде мати не лише позитивні наслідки для самого підприємства, а й для зовнішнього середовища в цілому.

Література

1. Магалецький А. В. Інноваційні підходи до формування маркетингової політики підприємств готельного господарства: екологічний аспект / А. В. Магалецький // Економічний простір. – 2010. – № 44/2. – С. 321–327.
2. Програма Green Key [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=586776>

9. СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вінніченко І.М., Ph.D.,

Шелухіна Д.О., здобувач

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Сучасна готельна індустрія у світі характеризується низкою різних видів менеджменту, представленого як одноосібним, так і корпоративним управлінням, франчайзингом, консорціумами, а також різними варіантами їх поєднання. Велика кількість власників готелів базується у своєму управлінні на професійному управлінні, послуги якого за договором закуповуються у спеціалізованих керуючих компаній.

Матеріали та методи. Методичною та теоретичною основою наукової роботи виступають наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених а також положення теорії розвитку готельного господарства. У дослідженні використані діалектичні та загальнонаукові методи.

Результати та обговорення. Однією з основних тенденцій готельної індустрії останніх десятиліть великими готельними корпораціями стало залучення великих інвестиційних фондів у нерухомість. У поєднанні з іншими формами фінансування інвестиційні фонди докорінно змінили структуру організації готельного бізнесу, відокремивши власність та управління готелем. Запровадження цього виду фінансування створило новий тип власників лише прибуткових готелів та адміністраторів, які забезпечують ефективне управління в умовах високої конкуренції.

Готельний бізнес належить до складної соціально-економічної системи відносин, у межах якої виділяють дві провідні складові: третинні галузі та менеджмент.

Мета діяльності таких організаційних утворень є основою їх взаємодії. Відповідно, щоб цього досягти, система управління повинна впливати на третинні галузі. Проявом зворотного зв'язку є зміни в третинних галузях, які призводять до певних коректив у процесі управління.

Висновок. Враховуючи, що готельний бізнес зазнав певної еволюції, від надання платних послуг з розміщення в готелях до самого житла, поряд із забезпеченням харчуванням та допоміжними послугами, були розроблені специфічні принципи управління, які привели до теоретичних розробок економістів минулого.

Література

1. Курбацька Л. Використання маркетингу в управлінні підприємством / Л. Курбацька, І. Кожушко // Збірник наукових праць. – 2008. – Вип. 16. – Т. 3. – С. 266–268.

10. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Давіташвілі Є.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. На сьогоднішній день розвиток туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження сучасних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. Актуальним завданням є визначення та впровадження дієвих методів, способів, а також інструментів у процеси прийняття управлінських рішень.

Матеріали і методи. В рамках дослідження проаналізовано наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких В. А. Квартальнов, М. П. Мальська, С. В. Мельниченко, Н. І. Плотникова, М. М. Скопень.

Результати та обговорення. Напротязі останніх десятиліть у розвинутих країнах спостерігаються структурні зміни в економічному розвитку, які виражаються у збільшенні частки сфери послуг. Сектор послуг становить близько 75 % ВВП, випереджаючи виробничий за темпами росту, за наданням нових видів послуг, за адаптацією до ринкових умов [1]. Сучасні управлінські технології сприяють передовому розвитку підприємств сфери послуг, досягненню та утриманню конкурентних переваг. На сьогоднішній день в міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю почали приходити новітні процеси; настав період освоєння та застосування нових технологій; удосконалюються форми маркетингу та створення туристичного продукту.

В ході дослідження визначено, що в туристичній індустрії широкого застосування набули сучасні технології – програми електронного бронювання та складання турів. Найбільш популярними у світі є такі програми як Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan та багато інших. Туристичні підприємства застосовують карту лояльності – Smart Card за допомогою якої можна проводити численні маркетингові акції. Завдяки цьому, не витрачається час та зберігаються додаткові бюджети підприємства. З'ясовано, що для оптимізації основних процесів підприємства використовуються сучасні технології управління.

Висновки. Сучасні технології у туристичній сфері дозволяють не тільки вдосконалювати рівень послуг, але і раціонально застосовувати всі наявні ресурси як для туристів, так і для власників туристичного бізнесу.

Література

1. UNWTO World Tourism Barometer, Advanced Release. – 2012. – Jan. – Vol. 10, [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації. – Режим доступу: <http://www.mkt.unwto.org/ru/barometer>

11. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЧЕРКАЩИНИ

Івченко Л.О., канд.ф.-м.н,
Вчорашня А., здобувач

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Зростання інтересу до сільського туризму у зв'язку з пандемією COVID-19 відбулося у всьому світі. Обмеження свободи пересування призвели до значного скорочення кількості міжнародних поїздок в цілому. У такій ситуації внутрішній зелений туризм, за умови достатнього рівня його розвитку, може успішно компенсувати недостатні можливості далеких подорожей. Таким чином, дослідження перспектив розвитку сільського туризму є актуальним.

Результати та обговорення. Значимість сільського туризму для зростання економіки сільських територій України та їх соціально-культурного розвитку безумовна. Поняття сільського туризму пов'язане з діяльністю сімейних фермерських підприємств, які мають можливість пропонувати туристичні послуги у тій чи іншій формі. Актуальні аргументи на користь активізації туристичної діяльності у сільських регіонах Черкаської області можуть бути такими.

Черкаська область знаходиться у списку серед восьми цільових областей України, в яких діє Програма з аграрного і сільського розвитку (АГРО), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Розвиток аграрного сектору, особливо у вигляді фермерства, зростання доходів малих і середніх підприємств агросектору, розширення їх доступу до фінансових ресурсів, стимулює і інтерес до відпочинку в сільській місцевості.

Черкащина – перша область, де розробили ландшафтне планування територій. Область стала пілотною в Україні, де запроваджуватимуть перспективне планування з метою поліпшення та відновлення ландшафтів за принципами сталого розвитку при здійсненні економічної діяльності.

За рейтингом комфортності і сталого розвитку малих та середніх сіл України всеукраїнського видання «Сучасне українське село» з десятків сіл Черкаської області було обрано 4 села, в яких певні показники відповідають нормам і за яких село успішно розвиватиметься. Презентація успішних фермерських підприємств у складі сільських громад в такого роду рейтингах позитивно впливає на їх туристичний імідж.

В реєстрі ГО «Спілка сільського зеленого туризму України» (добровільна категоризація «Ukrainian guest house») зареєстровано 471 садиба, з них 21 – в Черкаській області (4,5%), більшість яких мають першу категорію (наступна за базовою).

Висновок. Наявні позитивні зрушення у напрямку розвитку і удосконалення аграрного сектору Черкащини мають стимулювати подальше нарощування кількості пропозицій послуг сільського туризму з боку успішних фермерських господарств області.

12. КРУЇЗНИЙ ТУРИЗМ: РОЗВИТОК ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Мельник І.Л., к.е.н., доцент,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Туристи різного віку та інтересів обирають круїзи як доступний та відповідальний вид відпочинку, який дозволяє побачити світ і заглибитися у культуру окремих країн.

Актуальність теми. Робота круїзних компаній у 2020-2021 роках спрямовувалася на впровадженні норм контролю та профілактики захворювання COVID-19, реалізації заходів охорони здоров'я на боту суден. У квітні 2022 року Міжнародна асоціація круїзних ліній (CLIA) [1] повідомила, що Центри контролю та профілактики захворювань виключили круїзні рейси зі свого списку даних статистики захворювання.

Результати та обговорення. Очікується, що до кінця 2023 року круїзна галузь повністю відновить роботу та кількість пасажирів перевищить рівень 2019 року, а до кінця 2026 року кількість круїзерів на 12% перевищить рівень подорожуючих до пандемії. За опитуваннями потенційних туристів, 63% вказують, що вони «дуже ймовірно» або «ймовірно» відправляться в круїз протягом наступних двох років. 69% респондентів, які ніколи не були у круїзі, сказали, що відкриті для круїзного відпочинку, і цей показник перевищує рівень до пандемії. Покоління міленіалів з найбільшим ентузіазмом відправляться у черговий круїз: 87% вказали, що вони вирушать у круїз у найближчі кілька років, за ними йде покоління X з 85% [1].

Розповсюдження тематичних круїзів сприяє підвищенню інтересу до круїзних подорожей, дозволяє поспілкуватися з відомими музикантами, спортсменами, акторами, відвідати концерти та лекції, підвищити майстерність через участь у майстер-класах тощо.

Також інтерес круїзерів пов'язаний з тим, що всі учасники ринку круїзного туризму наголошують на важливості зобов'язань щодо екологічної стійкості, які будуть стимулювати інновації для більш ефективного майбутнього. Незважаючи на кризову ситуацію до 2050 року планується здійснювати рейси з нульовим викидом вуглецю в рамках ініціативи щодо декарбонізації судноплавства. Крім того продовжується робота над обладнанням суден технологіями, які дозволяють вимикати двигуни у порту - shoreside electricity (SSE).

Висновок. Учасники ринку круїзного туризму працюють на майбутнє, здійснюючи стале управління напрямками на засадах соціальної відповідальності.

Література

1. Міжнародна асоціація круїзних ліній – Cruise Lines International Association (CLIA) URL: <https://cruising.org/en-gb>

13. ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мірзодасєва Т.В, к.е.н,
Саміленко Д. здобувач

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Формування стратегії припускає одержання певної картини майбутнього розвитку туристичних підприємств; активне використання підприємством сучасних методів управління, які забезпечують певну збалансованість і майбутні напрямки розвитку туристичного підприємства

Матеріали та методи. У ході дослідження були використані метод експертних оцінок, метод порівняльного конкурентного аналізу, SWOT-аналіз та інформація з інтернет-ресурсів.

Результати та обговорення. Актуальність теми роботи обумовлена тим, що в сучасних умовах формуються нові вимоги до підприємства. Вони обумовлюються наявністю жорсткої конкуренції та необхідністю гнучко реагувати на неоднозначні зміни ситуації на ринках і в галузях діяльності підприємств. При цьому успіх підприємства залежатиме від здатності адаптуватися до змін у середовищі та їх діяльності: передбачати і змінювати структуру бізнесу, розробляти і впроваджувати у виробництво нові види продукції, правильно визначати напрямки інвестицій за різними видами діяльності, тобто виробляти стратегію довгострокового виживання.

Як свідчить практика, стратегічний успіх підприємства не більше ніж на 50% залежить від безпомилкового розроблення і реалізації стратегічних планів. Однак впровадження будь-якої стратегії може вимагати певних змін на підприємстві, а запровадження змін може зіштовхуватися з опором і численними проблемами і перешкодами.

Проте рівень використання знань стратегічного планування та менеджменту на підприємствах в Україні ще недостатній. Іншим, не менш важливим чинником, що формує цілі впровадження систем стратегічного планування, є поступове просування нашої країни до громадянського суспільства, в якому головним пріоритетом є людина, особистість, широке запровадження політичного та соціального партнерства як засобу консолідації соціуму.

Висновок. З метою активізації та розширення туристичних послуг підприємства зобов'язані мати ефективну стратегію розвитку як засіб для досягнення поставлених цілей. Ця стратегія повинна опиратися на сприятливі внутрішні і зовнішні можливості і мінімізувати ймовірні загрози його успішній діяльності. Стратегія розвитку туристичного підприємства є комплексом його довгострокових дій, реалізація яких спрямована на досягнення поставлених стратегічних цілей, є невід'ємною складовою його ефективного функціонування.

14. МІСЦЕ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ ДЕСТИНАЦІЇ

Мірзодаєва Т.В, к.е.н,
Строянівська Н. здобувач

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Спортивний туризм – важлива складова у галузі світового туризму, яка стає все більш конкурентоспроможною. Спортивний туризм має більш широкий економічний та соціальний вплив, ніж просто спортивний захід. Це надає соціально-економічні можливості для місцевого населення, а також гостей регіону.

Матеріали і методи. В рамках дослідження проаналізовано наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Хадсон С., Хігхем Дж. Е.С., Гібсон Х.Дж, Янакіс Е., Сокол Т.Г., Бабкін А.В.

Результати та обговорення. Як і будь-який вид туризму, спортивний туризм має ряд суттєвих переваг. Більшість з яких є економічного характеру, також він здійснює вплив на навколишнє середовище та має соціальні наслідки: спорт спонукає туристів відвідувати певний район; спортивний туризм сприяє економічному зростанню завдяки туристам, які бронюють готельні номери, їдять у ресторанах та витрачають гроші у місцевих магазинах; спортивний туризм допомагає створити популярність та покращує позитивний імідж місцевої громади; багато інфраструктури та об'єктів спортивного туризму також можуть використовуватися членами приймаючої спільноти; розвиток спортивного туризму сприяє формуванню почуття спільності; спортивний туризм має потенціал для залучення високопродуктивних відвідувачів та повторних відвідувачів; він дає можливість розвивати нову інфраструктуру в районі; сприяє зростанню кількості туристів, що відвідують регіон чи країну [1].

Спортивний туризм – це підгрупа туризму, яка має величезний потенціал для підвищення доходів дестинації. Світовий інтерес до спортивних заходів зростає, тому можна очікувати, що кількість спортивних туристів зростатиме в найближчі роки. Спортивні заходи є важливою складовою маркетингу місця призначення. Стимулювання зростання розвитку спортивного туризму в країні призводить до позитивних економічних зрушень в країні. [2].

Висновок. У підсумку можна сказати, що спортивний туризм посідає значне місце в сфері туристичної діяльності та характеризується різноманітністю класифікацій. Це напрям туристичної сфери, який характеризується швидким розвитком.

Література

1. Sport tourism explained: What, why and where. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tourismteacher.com/sports-tourism/>
2. The impact of sports tourism on countries. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://assignzen.com/the-impact-of-sports-tourism-on-countries/>

15. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ПРОСУВАННІ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ НА РИНОК

Павлова Ю.В.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. У сучасних умовах розвитку однією із вагомих конкурентних переваг суб'єктів міжнародного туристичного ринку є комплексне застосування та використання маркетингових інтернет-технологій [1].

Актуальність теми. Основне завдання інтернет-маркетингу – зрозуміти потреби частини цільової аудиторії товару (бренду), яка є інтернет-аудиторією, вибрати потреби, які компанія може задовольнити з урахуванням усіх комунікаційних можливостей, що представляє мережа інтернет.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та монографії з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати і обговорення. В умовах розвитку інформаційних та комунікативних технологій традиційна реклама поступово витісняється новими способами на споживачів. Друкована, телевізійна, зовнішня реклама все ще залишається досить затребуваною, але все більше підприємств звертають свою увагу на можливості інтернет-технологій. Зробити це можна як за допомогою віртуальних аналогів традиційної реклами, наприклад, банерів та оголошень, а також через просування в мережі сайту компанії, в тому числі і за допомогою пошукових систем. Розглянемо найчастіше застосовувані інструменти інтернет-маркетингу: контекстна реклама, SEO, каталоги та рубрикатори сайтів, медійна реклама в інтернет (банери), агресивні інструменти інтернет-маркетингу, SMO, SMM, інтернет-виставки, промоігри (гейміфікація), вірусний маркетинг, вірусна реклама.

Текстова реклама в Інтернеті є текстовими рекламними повідомлення (текстові блоки), вбудовані в загальний текст на сторінці сайту. Така реклама може бути складовою сторінки. Оскільки багато користувачів блокують можливість показу рекламних банерів, текстова реклама може бути ефективнішою. Крім того, вона набагато швидше завантажується.

Окремим проявом текстової реклами може бути контекстна (пошукова) реклама як текстових повідомлень.

1. Контекстна реклама – вид розміщення інтернет-реклами, в основі якою лежить принцип відповідності змісту рекламного матеріалу контексту (змісту) інтернет-сторінки, на якій розміщується даний матеріал. Це більш інтелектуальний підхід до розміщення реклами, більш релевантні, ніж банерна реклама. Контекст може бути тільки текстовим, а може включати картинки або медіа. Такий контекст часто зустрічається на веб-сайтах або блогах, а також на сервісах електронної пошти.

2. SEO просування. Суть інструменту – у покращенні позицій сайту пошукової видачі за запитами користувача. Для цього робиться комплекс заходів. Ще кілька років тому ефективним засобом вважалися покупні посилання з інших сайтів. Результат безпосередньо залежав від витрат на покупку зовнішніх посилань на сторонніх ресурсах.

SEO-просування залишається найефективнішим каналом залучення клієнтів. Цей інструмент інтернет-маркетингу здатний масштабувати бізнес і сам по собі, однак використовувати його все ж таки краще в комплексі з іншими методами просування [27,с.58].

Варто пам'ятати, що серйозні результати будуть помітні лише за кілька місяців. SEO – інструмент, що дозволяє у середньостроковій перспективі знизити вартість залучення клієнта.

3. Каталоги та рубрикатори сайтів являють собою систематизовану добірку посилань на інтернет-сайти з описами. Каталоги поділяються на каталоги загального призначення та тематичні (спеціалізовані, галузеві), а також можуть поділятися па регіональні, національні та глобальні. На відміну від пошукових систем, де індекс створюється автоматично, складання каталогу – це ручна робота з класифікації та анутовання ресурсів. Ними зручно користуватись у тих випадках, коли відвідувачі шукають не відповідь на конкретний питання, а сайти на певну тему. У середині представлених у каталогах категорій сайти можуть бути відсортовані різними способами: за алфавітом, часу додавання посилання, відвідуваності або цитування.

4. Медійна реклама в Інтернеті – це вид реклами на інтернет-ресурсах, спрямований на візуальне сприйняття користувачем та впізнаваність рекламованого бренду, як правило, за допомогою рекламних банерів. Банер (від англ, banner - прапор) - це рекламне зображення фіксованого розміру, яке виконує роль гіперпосилання на той чи інший ресурс Інтернету.

Банерна реклама сприяє збільшенню кількості відвідувань при значних фінансових вкладеннях. Як правило, це придатно для реклами промресурсів, що являють собою рекламу, що запам'ятовується окремою послугою чи товару – аналог телевізійного рекламного ролика. Банерна реклама є більш дорогим видом інтернет-маркетингу, ніж текстова чи контекстна реклама.

З позицій маркетингу рекламна діяльність є стратегічною орієнтацією рекламодавця на споживача з метою виявлення його потреб.

Висновок. Важливим інструментом просування готельних послуг може стати регулярне оновлення контенту в соціальних мережах, на сайті та інші. Можна знімати та завантажувати короткі екскурсійні відеоролики про готель, робити актуальні фотографії інтер'єру готелю, його співробітників, ресторану, страв та напоїв, іноді разом із рецептами приготування. Це дозволить потенційним гостям чітко уявити, як вони зможуть провести час у готелі.

Література

1. Маркетинг міжнародного туризму : навчальний посібник / за ред. Ларіної Я.С. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2019. – 412 с.

Нежива О.М., д.ф.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Туризм сфера діяльності та певний вид індустрії задоволення потреб людини, трактується як щось специфічне, зі своїми атрибутивними ознаками, які не зводяться до простої подорожі. Не слід забувати про його первісну глибинну основу – потяг до освоєння нового, незнайомого чи невідомого.

Актуальність. Стати туристом дуже легко, потрібно лише зупинити рух по колу, робота - дім - робота, та вийти за межі буденності. Спробуємо прослідкувати, що штовхає людину у подорож, яка сила не дає їй спокійно сидіти на місці. Однією з умов яка робить можливим туризм це незадоволеність. Незадоволеність своїм реальним, буденним життям тут і зараз.

Що спонукає людину до подорожі? Чим керується людина, залишаючи своє буденне життя, вирушаючи в мандрівку? Щоб кудись піти чи поїхати, треба перш за все відчутти відсутність чогось, потребу шукати той життєвий простір, де можна задовольнити свої потреби. Особливість туризму з цієї точки зору полягає в тому, що завжди являє подорож обмежену у часі і місце початку співпадає з кінцем подорожі. Туризм не пов'язаний з задоволенням потреби назавжди змінити життєве середовище людини.

Результати і обговорення. Подорожі до старовинних замків, пірамід фараонів чи Ацтеків, переносять туриста в минуле, даючи змогу на мить повернути час, здійснити віртуальне переміщення в часі.

Подорожуючи в часі турист формує цілісне уявлення нерозривності просторово-часового буття. Адже кожна доба всесвітньої історії має свій відбиток на територіальному просторі. Наприклад в Україні: антична доба – археологічні пам'ятки міст-держав Північного Причорномор'я, Траянові вали, скіфські "баби" на півдні України; ранньосередньовічна доба – археологічні розкопки Черняхівської культури, архітектура Київської Русі; пізньосередньовічна доба – архітектура замків Києва, Львова, Кам'янця-Подільського, Луцька, Меджибожа, Хотина, Ужгорода, Мукачева, козацькі храми, пам'ятки єврейського ареалу на Правобережжі України; мусульманська присутність в Україні – Кам'янець-Подільський; індустріальний розвиток – Придніпров'я та Донбас. Майже в усіх куточках України споруджено монументальні споруди, які увіковічують боротьбу українського народу із поневолювачами.

Ознайомлення з історією на місці подій, а не лише за підручником, сприяє більш повному засвоєнню пізнавальної інформації, оскільки реальні образи історичних подій закріплюють суху інформацію цифр та фактів. Подорожуванням місцями історичних подій людина робить спробу знайти своє місце в часовому, історичному просторі – зрозуміти своє місце у світі.

Туристська діяльність обов'язково передбачає переміщення у просторі обмежене часом. Вона завжди має початок, пов'язаний з виходом за певні просторові рамки, і кінець – повернення до буденного життя. Вона передбачає реалізацію комплексу цілей, що служать задоволенню потреб у переміщені, пізнанні, самопізнанні та інших супутніх потреб.

Треба зазначити, що людина в буденному житті є збалансованою системою з стереотипною поведінкою, системою потреб та традиційних методів їх задоволення. Ми просинаємось в один і той же час, ідемо на роботу одним маршрутом, купуємо і носимо речі, «як всі» і як завжди. Та ось приходить час відпуски, і ми вирушаємо у подорож «як всі».

Виїзд, початок туризму, є першим кроком географічної девіації. Але людина як складова суспільної системи є носієм цілої сукупності правил, стереотипів та норм. Зміна однієї норми (простору постійного проживання) зачіпає всі інші, вимагаючи певної адаптації. І тут виникає спокуса, хоча б на деякий час змінити себе, змінити своє «Я».

Висновок. Отже, це один із видів туризму переважно спрямований на тимчасову зміну буденного життя. На згадку про подорож в буденному житті, люди залишають безліч фотознімків себе біля якихось об'єктів, пам'ятних сувенірів, та вражень пов'язаних з подорожжю. Такий вид туризму задовольняє бажання пізнання своїх можливостей, або самоствердження. Таким чином, туризм – це стрибок у часі, де можливо здійснити героїчний вчинок, зустріти цікавих людей, пізнати екстраординарні звичаї та традиції, і відчувати натхнення. Побачити світ який не буде схожий на буденне життя. Справжня подорож може бути ризикована, і турист, в такому разі проходить випробовування, отримуючи незвичні враження, емоції, набуваючи незвичний досвід, та пізнання себе з іншого кута зору. Туризм – це реалістична казка, яка щораз веде тебе до незвичайного та потаємного.

Література

1. Nezhyva Olga Future Ukrainian's Image: modern vision. Philosophy & Cosmology, 2015. (Vol. 14). Kyiv, 2015. pp. 175-179.
2. Гайдук А. Б. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах./ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>
3. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. Одеса: Астропринт, 2013. 334 с

Наукове видання

**ХІ ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

*Присвячена до 70-річчя з дня народження
професора В.Ф. Доценка*

**«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»**

17 травня 2022 р.

Відповідальний за випуск **А.Г. Абрамова**

НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.