

Ministry of Education and Science of Ukraine

National University of Food Technologies

**90th
International scientific conference
of young scientist and students**

**"Youth scientific achievements
to the 21st century nutrition
problem solution"**

April, 11–12 2024

Part 3

Kyiv, NUFT, 2024

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

**90-та
Міжнародна наукова
конференція молодих учених,
аспірантів і студентів**

**"Наукові здобутки молоді –
вирішенню проблем
харчування людства у ХХІ
столітті"**

11–12 квітня 2024 р.

Частина 3

Київ НУХТ 2024

90th International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievement to the 21st century nutrition problem solution", April, 11–12, 2024. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv.

The publication contains materials of 90th International scientific conference of young scientists and students "Youth scientific achievements to the 21st century Nutrition problem solution".

It was considered the problems of improving existing and creating new energy and resource saving technologies for food production based on modern physical and chemical methods, the use of unconventional raw materials, modern technological and energy saving equipment, improve of efficiency of the enterprises, and also the students research work results for improve quality training of future professionals of the food industry.

The publication is intended for young scientists and researchers who are engaged in definite problems in the food science and industry.

ISBN 978-966-612-317-9

© NUFT, 2024

Матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті", 11–12 квітня 2024 р. – Київ: НУХТ, 2024. – Ч.3. – 516 с.

Видання містить матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті".

Розглянуто проблеми удосконалення існуючих та створення нових енерго- та ресурсощадних технологій для виробництва харчових продуктів на основі сучасних фізико-хімічних методів, використання нетрадиційної сировини, новітнього технологічного та енергозберігаючого обладнання, підвищення ефективності діяльності підприємств, а також результати науково-дослідних робіт студентів з метою підвищення якості підготовки майбутніх фахівців харчової промисловості.

Розраховано на молодих науковців і дослідників, які займаються означеними проблемами у харчовій науці та промисловості.

ISBN 978-966-612-317-9

© НУХТ, 2024

Scientific Committee

Chairman:

Oleksandr Shevchenko, dr., prof., Ukraine

Ana Leahu, dr., prof., Romania
Anatolii Zaiinchkovskyi, dr., prof.,
Ukraine
Cristina Popovici, dr., assoc. prof.,
Moldova
Dumitru Mnerie, dr, prof., Romania
Elza Omarova, dr., assoc. prof., Azerbaijan
Eva Ivanišová, dr., Slovakia
Galyna Polishchuk, dr, assoc. prof.,
Ukraine
Galyna Simakhina, dr., prof., Ukraine
Georgiana Codina, dr., prof., Romania
Greta Adamczyk, dr., assoc. prof., Poland
Huub Lelieveld, Netherlands
Igor Yakymenko, dr., prof., Ukraine
Jasmina Lukinac, dr., assoc. prof., Croatia
Lada Shirinian, dr., prof., Ukraine
Maciej Kluz, dr., Poland
Mircea Oroian, dr., prof., Romania
Margareta Coteata, dr., assoc. prof.,
Romania

Nadiia Levytska, dr., prof., Ukraine
Nusrat Kurbanov, dr., assoc. prof.,
Azerbaijan
Oleksandr Gavva, dr., prof., Ukraine
Oleksandr Seriogin, dr., prof., Ukraine
Ruslan Adil Akai Tegin, dr., Kyrgyzstan
Sergii Tokarchuk, dr., assoc. prof., Ukraine
Serhii Baliuta, dr., prof., Ukraine
Sonia Amariei, dr., prof., Romania
Stanka Damianova, dr., assoc. prof.,
Bulgaria
Stefan Junge, dr., prof., Germany
Svitlana Bondarenko, dr., prof., Ukraine
Tamar Turmanidze, dr., assoc. prof.,
Georgia
Tetiana Pyrog, dr., prof., Ukraine
Tomasz Bernat, dr., prof, Poland
Valerii Myronchuk, dr., prof., Ukraine
Volodymyr Kovbasa, dr., prof., Ukraine
Volodymyr Zavialov, dr., prof., Ukraine
Yevgen Shtefan, dr., prof., Ukraine

Organizational committee

Sergii Tokarchuk, dr., assoc. prof., Ukraine
Natalia Akutina, Ukraine
Oleksii Gubenia, dr., assoc. prof., Ukraine
Uliana Bandura, dr., assoc. prof., Ukraine
Yelyzaveta Kozachenko, master student
Viktoriia Ovadiuk, master student
Mykhailo Arych, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleg Galenko, dr., assoc. prof., Ukraine
Anastasiia Shevchenko, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleh Bortnichuk, dr., assoc. prof., Ukraine
Roman Gryshenko, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleksandr Liulka, dr., assoc. prof., Ukraine

Науковий комітет

Голова:

Олександр Шевченко, д.т.н., проф.,
Україна

Ана Леаху, д-р, проф, Румунія
Анатолій Заїнчковський, д.е.н., проф.,
Україна
Валерій Мирончук, д.т.н., проф.,
Україна
Володимир Зав'ялов, д.т.н., проф.,
Україна
Володимир Ковбаса, д.т.н., проф.,
Україна
Галина Поліщук, д.т.н, доцент, Україна
Галина Сімахіна, д.т.н., проф., Україна
Георгіана Кодіна, д-р, проф, Румунія
Грета Адамчик, д-р, доцент, Польща
Думітру Мнеріе, д-р, проф., Румунія
Ева Іванішова, д-р., Словаччина
Ельза Омарова, к.т.н., доц.,
Азербайджан
Ігор Якименко, д.б.н., проф., Україна
Крістіна Попович, к.т.н., доц., Молдова
Лада Шірінян, д.е.н., проф., Україна
Маргарета Котяте, д-р, доцент, Румунія

Мачей Клуж, д-р, проф., Польща
Мірча Ороян, д-р, проф, Румунія
Нусрат Курбанов, к.т.н., доц.,
Азербайджан
Олександр Серьогін, д.т.н., проф.,
Україна
Олександр Гавва, д.т.н., проф., Україна
Руслан Аділ Акай Тегін, д-р,
Киргизстан
Світлана Бондаренко, д.хім.н., доц.,
Україна
Сергій Балюта, д.т.н., проф., Україна
Сергій Токарчук, к.т.н., доцент.,
Україна
Соня Амарей, д-р, проф, Румунія
Станка Дамянова, д-р, доц., Болгарія
Стефан Юнге, д-р, проф, Німеччина
Тамар Турмандізе, др., Грузія
Тетяна Пирог, д.б.н., проф., Україна
Хууб Лелівелд, д-р, Нідерланди
Ясміна Лукінак, д-р, доц., Хорватія

Організаційний комітет

Сергій Токарчук, к.т.н., доцент
Наталія Акутіна, провідний інженер
Єлизавета Козаченко, магістрант
Вікторія Овадюк, магістрант
Ульяна Бандура, к.т.н., доцент
Олексій Губеня, к.т.н., доцент
Олег Бортнічук, к.т.н, доцент
Михайло Арич, к.е.н., доцент
Олег Галенко, к.т.н, доцент
Анастасія Шевченко, к.т.н, доцент
Роман Грищенко, к.т.н, доцент
Олександр Люлька, к.т.н, доцент

Content

20. Economics and management	8
20.1. Economic theory	9
20.2. Modern methods of business management	29
20.3. The economy of enterprises of food industry	62
20.4. Economic and legal business support.....	92
20.4. Human resources management.....	112
20.5. Marketing	155
20.6. International economics	202
21. Accounting and financial activity.....	211
21.1. Accounting, auditing and analysis in enterprises	212
21.2. Finance	234
22. Hotel and restaurant business and tourism	257
22.1. Hotel and restaurant business	258
22.2. Organization of hotel and tourist services	308
22.3. Technology of restaurant products.....	337
23. Humanities.....	387
23.1. History of Ukraine.....	388
23.2. History of Ukrainian Culture.....	414
23.3. Philosophy and psychology.....	447
24. Foreign languages.....	466
24.1. English language of professional orientation.....	467
25.2. English for Business and International.....	504

Зміст

20. Економіка та управління.....	8
20.1. Економічна теорія.....	9
20.2. Сучасні методи управління підприємством.....	29
20.3. Економіка підприємств харчової промисловості.....	62
20.4. Економіко-правове забезпечення бізнесу.....	92
20.5. Менеджмент персоналу.....	112
20.6. Маркетинг.....	155
20.7. Міжнародна економіка.....	202
21. Обліково-фінансова діяльність.....	211
21.1. Облік, аудит та аналіз на підприємствах.....	212
21.2. Фінанси.....	234
22. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес.....	257
22.1. Готельно-ресторанна справа.....	258
22.2. Організація готельного та туристичного обслуговування.....	308
22.3. Технологія ресторанної продукції.....	337
23. Гуманітарні дисципліни.....	387
23.1. Історія України.....	388
23.2. Історія української культури.....	414
23.3. Філософія і психологія.....	447
24. Іноземні мови.....	466
24.1. Іноземні мови професійного спрямування.....	467
24.2. Ділова англійська мова і міжнародна комунікація.....	504

Section 20

Economics and management

Секція 20

Економіка та управління

20.1.

Economic theory

Chairperson – professor Inna Sytnyk

Secretary – Liliia Ismailova

20.1.

Економічна теорія

Голова – професор Інна Ситник

Секретар – Лілія Ісмаїлова

1. Зайнятість і безробіття під час війни в Україні

Скицько Вікторія, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Умови війни завжди мають серйозний вплив на різноманітні сфери суспільства, і ринок праці не є винятком. У контексті сучасної ситуації в Україні, де триває війна, питання зайнятості та безробіття стають особливо актуальними та складними. Цей контекст вимагає глибокого аналізу та розробки ефективних стратегій для забезпечення стійкості та розвитку економіки та суспільства. Тому важливо розглянути прогнози розвитку ринку праці та конкретні заходи, спрямовані на зменшення негативних наслідків війни і забезпечення позитивного розвитку суспільства.

Матеріали і методи. Для проведення аналізу ринку праці в умовах війни в Україні та розробки прогнозів і пропозицій використовуються різноманітні методи та джерела інформації.

Результати та обговорення. Згідно з даними Національного банку України з початку 2024 року на ринку праці спостерігається збільшення кількості нових вакансій, які перевищують показники 2021 року. У той же час кількість резюме значно зменшилася в порівнянні з 2022–2023 роками. Це може вказувати на те, що підприємства адаптувалися до умов воєнного конфлікту і потребують додаткового персоналу для відновлення активності. Однак пропозиція робочої сили обмежена міграційними процесами та мобілізацією. Також ймовірним є те, що шукачі роботи знайшли її, або відмовились від пошуку через особисті обставини. Додатково спостерігається дисбаланс у сфері освіти та демографії.

У 2023 році роботодавці скаржилися на дефіцит працівників. Зараз ця проблема розглядається як одна з найбільш актуальних для бізнесу. За попередніми даними на березень 2024 року на 10 вакансій припадає 14 резюме, порівняно з 24 резюме перед війною. За результатами опитувань більшість населення має роботу, а кількість безробітних значно зменшилася порівняно з початком війни. Підприємства також відзначають посилення дефіциту як кваліфікованих, так і некваліфікованих працівників. Попередні дані Держстату підтверджують загальну тенденцію зростання заробітної плати, яка почалася ще у 2023 році, не зважаючи на війну та економічні виклики.

Висновки. Дослідження ринку праці в умовах війни в Україні показує, що підприємства адаптувалися до нових умов, що відобразилося на збільшенні кількості вакансій. Але при цьому кількість резюме зменшилася. Дефіцит робочої сили стає серйозною проблемою для бізнесу, особливо в контексті міграційних обмежень та мобілізації. Незважаючи на це, заробітна плата продовжує зростати, а велика частина населення залишається зайнятою. Ці висновки вказують на необхідність розвитку стратегій для забезпечення стабільності та ефективного управління ринком праці в умовах війни.

Література:

- Офіційний сайт Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MMR_2024-03.pdf?v=7
- Inna Sytnyk. Macroeconomic and Monetary Policy of the State During the War in Ukraine and its Post-Conflict Recovery. *Materials of the Vth International Conference on European Dimensions of Sustainable Development*. June 1-2, 2023, National University of Food Technologies (NUFT), Kyiv

2. Цифрове підприємництво в Україні

Владислав Завацький, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В Україні цифрове підприємництво має потужний потенціал, який постійно зростає в умовах швидкої цифрової трансформації економіки. Підтримка з боку держави, доступність технологічних ресурсів та зростання Інтернет-інфраструктури створюють сприятливе середовище для розвитку цифрового бізнесу.

Матеріали і методи. Для дослідження цифрового підприємництва в Україні використовувалися методи аналізу статистичних даних, опитування підприємців та експертів галузі. Також проводилася оцінка впливу різних факторів, таких як регулююча політика, доступність інфраструктури та рівень технологічної освіти.

Результат. Дослідження цифрового підприємництва в Україні виявило ряд ключових тенденцій, що свідчать про активний розвиток цього сектору економіки. По-перше, велика кількість підприємців звертає увагу на можливості, які пропонує цифрова сфера. Наприклад, виникає все більше Інтернет-магазинів, блогів, онлайн-послуг та інших онлайн-бізнесів. Це свідчить про те, що цифрове підприємництво стає все доступнішим і популярнішим серед населення. Додатково, спостерігається активний розвиток стартапів у сфері інформаційних технологій. Молоді та інноваційні компанії виходять на ринок зі свіжими ідеями та продуктами, які відповідають потребам сучасного споживача.

Особливу увагу слід звернути на зростання обсягу інвестицій у ІТ-сектор України. За останні роки спостерігається значний приріст інвестиційного капіталу, який сприяє розвитку нових технологій та створенню стартапів. Крім того, ІТ-сектор забезпечує велику кількість робочих місць для молодих фахівців, що сприяє зростанню зайнятості та підвищенню рівня життя. Однак, разом зі зростанням цифрового підприємництва в Україні виникають його власні проблеми. Наприклад, низький рівень довіри до електронних платежів та проблеми з інфраструктурою можуть ускладнювати процеси здійснення онлайн-операцій для бізнесу та споживачів. Також ускладнена війною логістика та доставка товарів можуть ставити під загрозу ефективність цифрових бізнес-моделей.

У цілому, результати дослідження свідчать про потужний потенціал цифрового підприємництва в Україні, однак він супроводжується викликами, які потребують уваги та розв'язання з боку уряду, бізнес-спільноти та інших зацікавлених сторін. Для стабільного та успішного розвитку цифрового сектору необхідне спільне зусилля з метою вирішення існуючих проблем та створення сприятливого середовища для інновацій та росту.

Висновки. Цифрове підприємництво в Україні має значний потенціал для подальшого зростання та розвитку. Для досягнення повного потенціалу необхідно подальше сприяння держави, вдосконалення інфраструктури та підтримка інноваційних ініціатив.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>
2. Ситник І., Васильчук І., Колодізев О. Аналіз стану платіжних систем в Україні в контексті європейського вектору розвитку цифрової економіки та глобалізаційно-інтеграційних процесів. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2022. Випуск 6. (47). С. 34-50. DOI: 10.55643/fcaptr.6.47.2022.3901 (Web of Science)

3. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні

Литовченко Юлія, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього бізнесу завжди є предметом досліджень провідних науковців, економістів та аналітиків. Це пов'язано як з бізнесом, так і з науковими потребами, оскільки зміни в динаміці функціонування малих і середніх підприємств безпосередньо впливають на результати сталого розвитку, структурні зміни в економіці та національну безпеку. Зрештою, йдеться про загальну соціально-економічну ситуацію в країні в цілому.

Матеріали і методи дослідження. Метою даного дослідження є аналіз та порівняння характеристик та етапів життєвого циклу сектору малих і середніх підприємств на різних етапах розвитку ринкової економіки України та визначення особливостей розвитку малого підприємництва.

Результати та обговорення. В Україні функціонує державна установа, яка надає підтримку фінансуванню малого бізнесу, відома як Фонд розвитку підприємництва. Банки країни надають кредити під інвестиційні проєкти малих та середніх підприємств (МСП). З метою підтримки малого та середнього бізнесу у лютому 2020 року в Україні стартувала програма "Доступні кредити 5-7-9%". Держава підтримувала МСП двома способами: частково компенсувала процентні ставки за кредитами та надавала гарантії за кредитами на суму до 500 мільйонів гривень. Малий бізнес та приватні підприємці могли скористатися кількома програмами, що надавали їм підтримку. Програма "Доступний фінансовий лізинг 5-7-9%" була створена на основі Програми "Доступні кредити 5-7-9%" з додатковим ключовим елементом, який передбачав компенсацію лізингової винагороди розрахунковому банку. Війна в Україні внесла свої корективи. З метою підтримки бізнесу та економіки почали діяти закони, які: спрощують трудові відносини; скасовують акциз на паливо; знижують ставку ПДВ з 20% до 7%; вдосконалюють систему ліцензування діяльності; надають податкові пільги; стимулюють переміщення підприємств до Західної України; спрощують митні процедури для постачання нафтопродуктів. Україна, навіть у складних умовах війни, не припиняє свою підтримку малого бізнесу. Також були призупинені податкові перевірки. Бізнес і далі може отримати підтримку завдяки програмі кредитування "5-7-9". В даний момент уряд розглядає можливість впровадження кредитування для підприємців під 0%, де будь-який бізнес отримає пільгову ставку протягом періоду воєнних дій та місяця після них, після чого ставка буде мінімальною - 5%.

Висновок: Отже, результати проведеного дослідження свідчать про те, що політика держави навіть в умовах війни направлена на подальший розвиток малих та середніх підприємств, які є найбільш мобільною частиною національної економічної системи.

Література:

1. Офіційний сайт Міністерства Фінансів України України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mof.gov.ua/>
2. Inna Sytnyk. Macroeconomic and Monetary Policy of the State During the War in Ukraine and its Post-Conflict Recovery. Materials of the Vth International Conference on European Dimensions of Sustainable Development». June 1-2, 2023, National University of Food Technologies (NUFT), Kyiv

4. Фіскальна політика держави під час війни

Максим Даниленко, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Роль фіскальної політики в забезпеченні економічного розвитку країн є вагомим. Фіскальна політика є важливою частиною економічної стратегії країни, необхідною її складовою, і пов'язаною з діями держави у сфері створення та використання фінансових ресурсів.

Матеріали і методи. Метою дослідження є аналіз впливу фіскальної політики держави на економіку, оцінка ефективності фіскальних заходів у досягненні поставлених цілей, вплив фіскальної політики на життя суспільства, розвиток окремих сфер виробництва та безпеки. У роботі використовувалися такі загальнонаукові методи як аналіз, синтез та узагальнення.

Результати та обговорення. Починаючи з 24 лютого 2022 року, уряд країни прийняв ряд заходів, включаючи застосування інструментів фіскальної політики та використання фіскальних резервів. Наприклад, Національний банк України перерахував частину своїх надходжень за 2021 рік до Державного бюджету України. Багато представників бізнесу сплатили податки авансом. Таким чином, у березні 2022 року доходи Державного бюджету зросли завдяки авансовим платежам податків від державних підприємств і банківських установ. На сьогодні головним джерелом фінансування витрат бюджету залишається міжнародна допомога. З початку війни міжнародні резерви України збільшилися завдяки стійким надходженням від міжнародних партнерів і становили на початок червня 2023 року 37,3 млрд дол США.

З початку повномасштабного вторгнення у структуру доходів Державного бюджету України відбулося значне зниження податкових надходжень з 85,37% у 2021 році до 53,14% у 2022 році. Важливим джерелом доходів бюджету у 2022 році стали кошти від країн-партнерів і міжнародних організацій. На високому рівні також залишалися і неподаткові надходження, які зросли до 19,38% порівняно з 13,52% у 2021 році.

Починаючи з першого кварталу 2023 року, економіка України поступово відновлювалася, що сприяло зростанню доходів Державного бюджету. Так, у 2023 році доходи державного бюджету України склали 2671998 млн грн. Це на 33,1% (884603 млн грн) більше, ніж у 2022 році, на 105,1% (1375146 млн грн) більше порівняно з 2021 роком, і на 147,3% (1595982 млн грн) більше порівняно з 2020 роком.

Висновок. У контексті воєнного стану в Україні фіскальна політика перебуває під впливом ряду заходів, спрямованих на забезпечення обороноздатності та безпеки країни, а також зміни напрямку соціальних видатків. Незважаючи на це, збереження фінансової стабільності та підготовка до післявоєнного відновлення стали пріоритетом. Відновлення економічного зростання та підвищення рівня життя населення у період після війни вимагатиме значних інвестицій та реформ, а також пильного планування та управління фінансовими ресурсами.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>
2. I. Sytnyk, M. Pugachov, V. Pugachov. Features functioning of the payment system of Ukraine. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. Vol. 1 No. 48 (2023). DOI: 10.55643/fcaptp.1.48.2023.3962 (Web of Science)

5. Соціальна політика в Україні під час війни

Діана Олійник, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повномасштабна війна негативно позначилася на населенні України: понад 5 мільйонів внутрішньо переміщених осіб, понад 6 мільйонів біженців та рівень бідності, що перевищує 25%. Однак результат міг би бути набагато гіршим без зваженої урядової політики та направлених зусиль на фінансування пріоритетних програм соціального захисту, а також без підтримки міжнародних партнерів України.

Матеріали і методи. У роботі використовувалися дані про соціально-економічні показники, такі як безробіття, бідність, доступ до освіти та охорони здоров'я; інтерв'ю з експертами та державними службовцями, які працюють у сфері соціальної політики; дослідження діяльності громадських організацій та благодійних фондів, які активно займаються допомогою ветеранам війни.

Результати. Починаючи з 24 лютого 2022 року, початок повномасштабної агресії та активних бойових дій і введення воєнного стану в Україні призвели до масового переміщення громадян, які залишили свої домівки у пошуках безпеки та захисту. Кількість внутрішньо переміщених осіб, офіційно зареєстрованих в країні, наразі становить 4,9 мільйона осіб. З них 3,6 мільйона – це ті, хто перемістився (або реєструвався) з моменту початку повномасштабної війни. З них 2,5 мільйона – переміщені особи, які не можуть повернутися до своїх домівок або через те, що їхнє житло зруйноване, або знаходиться на територіях, де ведуться бойові дії, або тимчасово окупованих. Зважаючи на надзвичайні виклики, що постали під час війни, значне навантаження на Державний бюджет та поява низки нових потреб у громадян, які потребують своєчасного та ефективного реагування з боку центральних та місцевих органів влади, Уряд вживає заходів для забезпечення ефективного функціонування існуючої системи соціальної підтримки населення. Під час війни Уряд зосередився на цифровізації для забезпечення кращого доступу українців до соціальної допомоги. Докладено зусиль для підтримки внутрішньо переміщених осіб (ВПО) шляхом спрощення реєстрації, фінансування допомоги ВПО та надання житла, де це можливо. У 2023 році, не зважаючи на обмеженість фінансування, державна соціальна політика була спрямована на потреби населення та намагання інтегрувати окремі вразливі групи на ринок праці, а також раціоналізувати соціальну допомогу.

Висновки. З 2022 року Україна зазнала серйозного випробування людськими стражданнями, економічним занепадом та величезними втратами внаслідок повномасштабного російського вторгнення. Соціальна політика держави в таких складних умовах є проявом турботи країни про свого громадянина і сьогодні, і в майбутньому.

Література:

1. Міністерство соціальної політики України.
<https://www.msp.gov.ua/timeline/?t=152&from=&till=&m=10>

2. Ситник І, Скицько В. Ринок праці в умовах війни в Україні: зайнятість і безробіття. Матеріали 89 Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті". 3-7 квітня 2023 р. Київ: НУХТ, 2023 р. Ч.3. 517 с. – С. 11

6. Розвиток світового господарства і міжнародних економічних відносини

Ірина Папуч, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зазвичай світове господарство характеризують як сукупність національних господарств, які беруть участь у міжнародному поділі праці і пов'язані між собою системою міжнародних економічних відносин. Розвиток світового господарства в сучасних умовах є однією з найважливіших тем для вивчення та аналізу. Цей процес має значний вплив на економічну динаміку країн, міжнародні відносини та життя мільйонів людей по всьому світу.

Матеріали і методи. Для аналізу були зібрані дані з різних міжнародних джерел, таких як Світовий банк, Міжнародний валютний фонд, Організація економічного співробітництва і розвитку. В аналізі було використано порівняльний підхід, статистичні дані та огляд актуальних звітів і досліджень.

Результати. Історичний розвиток світового господарства пройшов кілька ключових етапів. На першому етапі світової торгівлі відбувалася абсолютна перевага зовнішньої торгівлі, що спричиняло нееквівалентний обмін товарами та послугами через відсутність стійких зв'язків. Другий етап – період іноземних інвестицій, характеризувався активним розвитком іноземного інвестування та новими формами зовнішньоекономічних зв'язків. Третій етап – економічної інтеграції, відзначався активним розвитком виробничої діяльності за кордоном та створенням міжнародних економічних організацій для регулювання міжнародних економічних відносин.

За даними Світового банку глобальний ВВП зріс на 3,6% у 2023 році, з досягненням рекордних значень у багатьох регіонах, зокрема у країнах Азії та Тихого океану. Проте, на тлі зростання економіки зростає і нерівність. Так, 10% найбагатших людей у світі володіють близько 76% світового багатства, тоді як 3,4 мільярда найбідніших мають менше 2% цього багатства. У сфері технологій за останні роки спостерігається стрімке зростання інвестицій у штучний інтелект, кібербезпеку та біотехнології. Наприклад, згідно з даними Організації економічного співробітництва і розвитку у 2023 році обсяги інвестицій у технологічні стартапи зросли на 15%.

Висновки. Розвиток світового господарства є складним та багатогранним процесом, який відображає динаміку економічних, соціальних і політичних змін у світі. Зростання зовнішньої торгівлі, іноземних інвестицій та економічної інтеграції є ключовими аспектами цього процесу, який впливає на розвиток країн та регіонів по всьому світу. Для забезпечення сталого та рівного розвитку необхідно уважно вивчати та аналізувати ці процеси та приймати належні заходи для досягнення глобальної стабільності та процвітання.

Література:

1. Організація економічного співробітництва та розвитку
<https://www.oecd.org/investment/>
2. Світовий банк
<https://data.worldbank.org/indicator>
3. Міжнародний валютний фонд
<https://www.imf.org/en/Home>
4. I. Sytnyk, M. Pugachov, V. Pugachov. Features functioning of the payment system of Ukraine. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. Vol. 1 No. 48 (2023). DOI: 10.55643/fcaptp.1.48.2023.3962 (Web of Science)

7. Інфляційні процеси в Україні в умовах війни

Тетяна Середа, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повномасштабне вторгнення країни-агресора на територію України 24 лютого 2022 року спричинило значні економічні потрясіння, включаючи різке зростання інфляції. За даними Державної служби статистики України, інфляційний рівень у 2022 році склав 26,8%, що стало найвищим показником з 2015 року. Дослідження інфляційних процесів в умовах війни обумовлено їх негативним впливом на добробут населення та ведення бізнесу. Зростання цін робить життя людей біднішим, знижує реальні заробітні плати та пенсії, ускладнює прогнозування витрат та доходів для підприємств.

Матеріали і методи дослідження. Метою дослідження стали виявлення причин та наслідків інфляції, а також розглянуті пропозиції антиінфляційних заходів в умовах війни. Підчас роботи з даними було використано такі загальнонаукові методи як аналіз, синтез, теоретичне узагальнення.

Результати та обговорення. Якщо розглянути довоєнні показники споживчої інфляції, наприклад, за 2021 рік, то вона була в межах 10%, що, варто зазначити, перевищувало значення попередніх років. З повномасштабним вторгненням немонетарні фактори значно посилили свій вплив на динаміку інфляції в Україні. Так, споживча інфляція за 2022 рік сягнула 26,8%. Ціни на продукти харчування зросли на 34,1%, на непродовольчі товари – на 22,9%, на послуги – на 18,7%. Найбільше зросли ціни на овочі (73,9%), цукор (67,5%), хліб та хлібопродукти (38,4%), м'ясо та м'ясні продукти (33,4%), молоко та молочні продукти (32,3%). Проте період інфляційного скорочення розпочався і триває з початку 2023 року, в якому річний рівень інфляції скоротився до 5,1%, що виявилось набагато меншим від прогнозних показників. Нижче середнього зросли в ціні на такі категорії товарів і послуг як продуктові товари, одяг і взуття, товари для дому та побутова техніка, сервіси зв'язку та дозвілля. Однак ціни на алкогольну та безалкогольну продукцію, електроенергію, безпеку здоров'я, навчання, оренду житла та продукти харчування зросли вище середнього. Прогноз НБУ на 2024 рік - 5,8%. Спостерігається поступове сповільнення інфляції, але вона все ще залишається високою. Основними факторами, що впливають на інфляцію в Україні є: руйнування інфраструктури, порушення ланцюгів постачання, зростання цін на енергоресурси та продовольство, вимушеність друку НБУ більшої кількості грошей для фінансування дефіциту бюджету, що у свою чергу веде до знецінення гривні. Через війну багато підприємств зупинили свою роботу, що призвело до дефіциту товарів на ринку, а наслідком високих цін стало зменшення купівельної спроможності громадян.

Висновок: Інфляція в Україні в умовах війни має значний негативний вплив на економіку країни та добробут населення. Важливо, щоб уряд України продовжував вживати заходів для стримування інфляції та підтримки економіки країни.

Література:

1. Офіційний сайт Державна служба статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.gov.ua/>
2. Inna Sytnyk, Kateryna Solovian. Money Market, Banks, and Monetary-Credit Policy of the State in Times of War. Materials of the 89th International scientific, 3-7 April, 2023. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv. P. 22

8. Грошово-кредитна політика Національного банку України

Георгій Франкс, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Монетарна політика НБУ має вирішальне значення для макроекономічної стабільності та стабільності фінансової системи України. Вона також є важливим інструментом регулювання грошово-кредитних відносин в Україні.

Матеріали і методи. У дослідженні використані дані про грошову масу, процентні ставки, інфляцію та інші макроекономічні показники.

Результати. Пріоритетом монетарної політики є досягнення та утримання цінової стабільності. З 2015 року НБУ застосовував інфляційне таргетування та систему плаваючого обмінного курсу для забезпечення цінової стабільності. Споживча інфляція в грудні 2022 року становила 26,6% у річному вимірі. Прискорення інфляції у 2022 році зумовлене насамперед наслідками повномасштабної військової агресії росії. Це руйнування підприємств та інфраструктури, порушення виробничих та логістичних ланцюгів, зростання собівартості продукції та ситуативний ажіотажний попит на окремі товари та послуги. Непрямі наслідки війни, такі як вплив на обмінний курс та погіршення очікувань домогосподарств і бізнесу протягом року, також відіграли свою роль. Крім того, українські ціни опинилися під тиском прискорення світової інфляції. Минулого року інфляція в більшості країн повернулася до багаторічних максимумів.

Не зважаючи на війну, НБУ продовжив застосовувати режим плаваючого таргетування інфляції з урахуванням визначених законодавством цільових пріоритетів НБУ. Інфляція в 2023 року становила 5,1%. Стрімке зниження інфляції у 2023 році зумовлене низкою факторів. Зокрема, низка заходів Національного банку з підтримки стабільності на валютному ринку сприяла зниженню фундаментального інфляційного тиску. Це дозволило стримати зростання цін на широкий спектр імпортованих товарів та покращити інфляційні та курсові очікування. Фіксовані тарифи на окремі житлово-комунальні послуги допомогли стримати адміністративне зростання цін. Хороший врожай та пов'язане з ним збільшення пропозиції продуктів харчування сприяли значному зниженню продовольчої інфляції. Ці фактори переважили вплив цінового тиску з боку вищих цін на електроенергію та вищих заробітних плат з боку виробничих витрат підприємств.

Зважаючи на подальше уповільнення інфляції та стійке покращення очікувань, стабільну ситуацію на валютному ринку та часткове зниження ризиків, пов'язаних з міжнародною підтримкою, Рада НБУ ухвалила рішення про зниження облікової ставки до 14,5%. Міжнародні резерви України станом на 1 березня 2024 року становили 37,052 млрд доларів США.

Висновок. Дослідження показали, що грошово-кредитна політика Національного банку України в умовах війни є дуже важливою. Пом'якшення процентної політики сприятиме відновленню економіки без загрози для макрофінансової стабільності, і є достатнім для підтримки привабливості гривневих активів, стабільності обмінного курсу та помірної інфляції.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України <https://bank.gov.ua/>
2. Sytnyk, M. Pugachov, V. Pugachov. Features functioning of the payment system of Ukraine. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. Vol. 1 No. 48 (2023). DOI: 10.55643/fcaptp.1.48.2023.3962 (Web of Science)

9. Бізнес- модель циркулярної економіки

Сергій Сірош, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасна наука переконливо довела, що необмежене зростання споживання і, як наслідок, збільшення екологічних проблем, несумісні з виживанням людства. Актуальнішим стає питання трансформації лінійної моделі економіки, де споживання є ціллювою і завершальною стадією перетворення на циркулярну модель.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез, логічний). Теоретичною базою є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених. **Результати та обговорення.** Модель відповідального споживання стосується не тільки ринку товарів і послуг, а і ринку ресурсів. Нині в більшості країн світу переважає лінійна модель економіки – коли ресурси видобуваються, переробляються у продукцію, після використання якої утворюються відходи, що не мають подальшого застосування. У той же час модель циркулярної економіки передбачає замкнутий життєвий цикл і тривалий термін служби товарів за рахунок підвищення універсальності, багатфункціональності та багаторазовості використання їх складових, запобігання та утилізації відходів. Концепція циркулярної економіки з її принципами скорочення, повторного використання та утилізації енергії, матеріалів і відходів розглядається як життєздатна стратегія альтернативного розвитку. Циркулярна економіка намагається вирішити проблеми з нестачею ресурсів і забрудненням навколишнього середовища [1]. Становлення циркулярної економіки в Україні пов'язано з розробленням національної системи ЦСР, що була представлена у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна». У цьому документі як пріоритетну мету розвитку вперше визначено завдання переходу на засади циркулярної економіки. Зокрема, як механізм реалізації однієї з глобальних ЦСР (12 ціль) – «Відповідальне споживання та виробництво», є «...запровадження моделі циркулярної економіки, насамперед шляхом орієнтації на енергозбереження, регенеративне екологічно чисте виробництво та споживання» [2].

Концепт циркулярної економіки зазначено в «Національній стратегії управління відходами в Україні до 2030 р.». Серед ключових завдань формування та реалізації політики циркулярної економіки є: забезпечення відповідної нормативної бази для переходу держави на засади циркулярної економіки та визначення чіткої цілі для суб'єктів господарювання та суспільства в цілому; стимулювання розвитку природоохоронних технологій як нового драйверу економічного зростання; проведення інформаційних кампаній для населення, спрямованих на покращення обізнаності та розуміння політики щодо відходів і заохочення змін у поведінці.

Перехід на засади циркулярної економіки – це системна зміна політики, організації бізнес процесів, поведінки зацікавлених сторін, яка має стати для України одним з основних стратегічних орієнтирів. Все більша увага в науковій літературі і на практиці приділяється проблемам переходу суб'єктів господарювання до безвідходного, автономного виробництва за рахунок глибокої переробки сировини і утилізації відходів.

Література

1. Зварич І. Циркулярна економіка і глобалізоване управління відходами *Журнал європейської економіки*. Том 16. № 1 (60). січень-березень 2017. С. 41-57
2. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна» URL: <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/4203-2017>

10. Сфера поводження з відходами як циркулярна бізнес-модель

Роман Ярош, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблема відходів пов'язана зі всіма сферами життя і господарської діяльності, є перманентною у часі та не передбачає універсальних рішень. Вона вимагає постійних і системних зусиль, що стосуються урядовців, промислових корпорацій, комунальних служб, науковців й кожної окремої людини.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез, логічний). Теоретичною базою є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених. **Результати та обговорення.** Вирішальним кроком формування нової концепції поводження з відходами стало прийняття у 2008-му Директиви 2008/98, яка реалізує стратегію по переходу до моделі циркулярної економіки та наголошує на концепції щодо ієрархії управління відходами, показуючи послідовність найбільш бажаних способів діяльності, які в результаті призводять до скорочення обсягів відходів.

Ось основні принципи:

1. Краще запобігати виникненню відходів, ніж потім боротися з ними. Державою мають бути створені такі умови виробникам, щоб їхня продукція після використання утворювала мінімальну кількість відходів, що можуть потрапити на звалище.

2. Відходи в енергію. Переробка сміття в електричну і теплову енергію відбувається завдяки сміттєспалювальним установкам. На сьогодні від 23% до 58% твердих побутових відходів у країнах Євросоюзу підлягає спаленню.

3. Захоронення. На полігони мають потрапляти тільки ті відходи, які не підлягають утилізації іншим способом [1].

Ключові дії циркулярної бізнес-модель можуть включати наступне:

- раціональне комплексне використання сировини дає змогу зменшити обсяг недовикористаних речовин, збільшити асортимент готових продуктів, випускати нові продукти з тієї частини сировини, яка раніше йшла у відходи;
- кооперація підприємств, створення територіально - виробничих комплексів, виходячи з того, що у більшості випадків відходи одного виробництва є сировиною для іншого.

У зв'язку з цим пропонується сам термін «відходи» замінити на «продукти незавершеного виробництва». Основне завдання полягає в дослідженні можливостей для застосування продуктів незавершеного виробництва в інших галузях народного господарства, які б могли будувати свою діяльність на них, як на вторинних матеріальних ресурсах [2].

Мінімізація відходів може бути досягнута як на стадії виробництва, так і після використання продукції за рахунок комплексного використання сировини, підвищення коефіцієнта використання матеріалів, впровадження безвідходних технологій, застосування принципу заміни, тобто, де це можливо - замінювати первинні матеріали вторинними.

Література

1. Directive 2008/98/EC of the European Parliament and of the Council of 19 November 2008 on waste and repealing certain Directives.- Official Journal of the European Union.-2008.- L 312/3- L 312/30

2. Андрейченко А.В. Комплексне використання сировинних і енергетичних ресурсів як основоположний принцип безвідходного виробництва. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2018. Том 17. Вип. 2 (39), С. 61-69.

11. Компетенції як вирішальний чинник управління компанією

Ігор Гасвський, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні бізнес працює в мінливому середовищі, відмінними особливостями якого є багаторівневість бізнес-структур і динамічність зв'язків між ними. Визначення універсальних ключових компетенцій для успішної адаптації компаній до такого складного середовища стає результатом розуміння необхідності постійного навчання і розвитку працівників.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез, логічний). Теоретичною базою є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених. **Результати та обговорення.** В науковій літературі існує надзвичайно різне трактування понять «компетенція», «компетентність», «ключова компетенція», ієрархія компетенцій. Усталеного теоретичного визначення змісту категорії «компетенція» досі не існує, проте більшість дослідників пов'язує компетентність із ефективним виконанням певної операції чи дії. Завдання, що постають перед бізнесом повсякчас носять динамічний, невизначений, міждисциплінарний характер, вимагають системного погляду та творчого мислення, гнучкості організаційної структури, спроможностей до переорієнтації та внутрішніх змін, розширення впливу на зовнішнє середовище. В таких умовах компетенції набувають значення вирішального чинника вмілого управління та основи конкурентних переваг сучасних підприємств.

Аналіз наукової літератури з означеної теми дозволяє відмітити використання різноманітних видів компетенцій в управлінні промисловими підприємствами. Найпопулярнішими є переважно такі: функціональні (професійні) компетенції (визначення особливостей діяльності співробітника на конкретній посаді); соціальні компетенції (необхідні умови становлення співробітника у трудовому колективі, інформаційному середовищі); ключові компетенції (відзначення високого професіоналізму у певній сфері діяльності, суттєвих переваг в порівнянні із схожими за характером діяльності співробітниками); психологічні компетенції (здатність управлінської ланки швидко та адекватно сприймати зміни); управлінські компетенції (обґрунтування специфіки управлінської праці, виділення її необхідних складових); стратегічні компетенції чи компетентність (необхідна умова ефективного стратегічного управління, формування довгострокових конкурентних переваг та основ безперервного організаційного розвитку) [1].

Компетенції набувають стратегічного значення задля прогнозування якості виконання роботи. Проте встановлено, що професійні компетенції наполовину щезають приблизно за 2-3 роки і протягом 5-7 років зникають повністю, якщо людина не вчиться, не одержує нові навички і здібності власними силами [2]. Саме тому завдання кожного співробітника – безперервно вчитися, набувати нових знань, тим самим зберігаючи свою конкурентоздатність на ринку праці.

Література

1. Порожняк О.О. Змістовна характеристика компетенцій персоналу. Мат. VII Міжнар. наук.- практ. конф. молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації». Тернопіль. 2010. С. 358-359.
2. Батченко Л.В., Гончар Л.О. Розвиток професійних компетенцій персоналу як основа економічного зростання. *Актуальні проблеми економіки*. 2019, №1. (221), С.22-33

12. Інформаційна компетентність як основна навичка сучасного суспільства

Олександр Романюк, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Цифрова трансформація покриває все більше і більше сфер бізнесу і компаній. Важливо зазначити, що на зміну класичному поєднанню професійних навичок і компетенцій уже давно прийшла модель цифрових знань, навичок і умінь – цифрових компетенцій. В таких умовах цифрові компетенції стають наскрізним питанням для стрибкового розвитку бізнесу.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез, логічний). Теоретичною базою є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених. **Результати та обговорення.** В сучасному світі цифровий контент створюється безупинно і його обсяги зростають експоненційно [1]. Стратегічною навичкою сучасного суспільства стає інформаційна компетентність, яка спрямована на одержання, аналіз і обробку бізнес-інформації, а також подальше її використання в бізнес-діяльності.

Цифрова сприйнятність – це компетенція, яка в комунікаціях виступає основою цифрової трансформації. Саме тому її необхідно розвивати у співробітників, як фундамент для решти цифрових компетенцій і навичок. В першу чергу – це інтерес до нових технологій, здатність швидко оволодівати новими технологіями і впроваджувати їх у свою діяльність.

Поняття «цифрові компетенції» не можуть розумітися як щось принципово нове, не задіяні раніше вміння. Це, насамперед, видозмінені і удосконалені з урахуванням нового контексту і нових завдань компетенції. Одержані знання дають можливість розвивати системні навички володіння інформацією і сучасними інформаційними технологіями. Розуміння бізнесу, комунікацій і лідерства – це особливі якості (soft-skills) – аналітичні, пізнавальні і комунікативні, які є доповненням до hard-skills (технічні навички) – навички роботи з хмарними хостингами (cloud comput-ing): AWS, GCP, Azure, Digital Ocean, RactSpase тощо. Вдале поєднання soft-skills та hard-skills допоможуть співробітникам досягати цілей.

Рамка цифрових компетентностей для громадян України – це інструмент, створений для того, щоб покращити рівень цифрових компетентностей українців, допомогти у створенні державної політики та плануванні освітніх ініціатив, спрямованих на підвищення рівня цифрової грамотності та практичного використання засобів і сервісів. Рамка цифрової компетентності 2.0 включає такі рівні: базовий користувач, незалежний користувач, професійний користувач. Ця рамка окреслює п'ять сфер цієї компетентності: інформація та цифрова грамотність, комунікація та співробітництво, створення цифрового контенту, безпечність, вирішення проблем [2].

Урядом нашої держави у 2021 відповідною постановою була схвалена Концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року. В цьому документі сформовані базисні умови для розробки національної стратегії розвитку цифрових компетентностей громадян.

Література

- 1 Концепція розвитку цифрових компетентностей: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. No 167 с. UPL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021> (дата звернення: 04.03.2023)
- 2 Рамка цифрових компетентностей для громадян України (DigComp UA for Citizens) UPL: <http://fit.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/07/DigComp-Framework-UA-for-Citizens.pdf> (дата звернення: 04.03.2023)

13. Застосування аутсорсингу: теоретичні аспекти

Владислав Кондратюк, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сучасному етапі розвитку економіки, що характеризується постійним зростанням конкуренції, підприємства, бажаючи оптимізувати свою діяльність, стикаються з необхідністю постійної і налагодженої співпраці з іншими суб'єктами господарювання. На сучасному етапі однією з найбільш популярних моделей бізнесу є аутсорсинг.

Матеріали і методи. Під час дослідження, були використані загальнонаукові, аналітичний, статистичний та узагальнюючий методи. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених.

Результати та обговорення. Прийняття рішення про використання аутсорсингу є складним комплексним завданням, що зачіпає стратегічні інтереси, тому воно знаходиться в компетенції вищого менеджменту компанії. Фактично це рішення означає вибір між власним виробництвом і придбанням послуг «на боці» та пов'язане з аналізом як справжнього стану справ у компанії, так і можливих ризиків аутсорсинг-проектів. Термін «аутсорсинг» набув розповсюдження у зв'язку з розвитком інформаційних систем і технологій і почав потраху використовуватися з другої половини 90-х рр. – до цього моменту він був відсутній в англо-російських та англо-українських словниках. Незважаючи на новизну терміна, основний економічний зміст поняття «аутсорсинг» - це бажання передати професіоналам якісь функції, які вони можуть виконувати більш якісно і менш витратно. *Принцип аутсорсингу* можна представити фразою: «Залишаю собі тільки те, що можу робити краще інших, передаю зовнішньому виконавцеві те, що він робить краще за інших».

Провідним принципом прийняття управлінських рішень по впровадженню аутсорсингу з метою конструктивного розв'язання організаційного конфлікту виступає принцип системності, який нерозривно пов'язаний із принципом інтеграції [1]. Практичним результатом застосування аутсорсингу є можливість спрямувати власні ресурси підприємства на виконання тих функцій, які становлять його сильний бік, на те, що компанія вміє робити краще за інших, та надавши зовнішньому виконавцю (аутсорсеру) ті функції, які він вміє виконувати краще за інших [2].

Виходячи з того, що застосування операцій аутсорсингу містить досить високі ризики, пов'язані з можливою втратою контролю з боку замовника над технологічним процесом, якістю виконання, імовірністю можливої втрати власної конкурентоспроможності, вважаємо, що подальшого наукового обґрунтування потребують методики оцінки ризиків застосування аутсорсингових операцій та розробка регламентів взаємодії замовника й виконавця з погляду дотримання балансу їх інтересів та розподілу економічного ефекту у стратегічній перспективі. Використання аутсорсингу спрямоване на стабілізацію розвитку підприємства, ефективне використання його внутрішнього потенціалу, підвищення гнучкості та адаптивності до змін у ринковому середовищі.

Література

- 1 Heywood J. Brian The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. Prentice Hall; 1st edition.. 2001. 224 p.
- 2 Горова К.О. Визначення поняття аутсорсингу в сучасних умовах глобалізації та віртуалізації економіки. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2014. №2(2). С. 63–70.
- 3 Зорій, О. М. Коваленко Т.В. Економічний аналіз : зб. наук. Праць. Тернопільський національний економічний університет; 2013. Том 14. № 3. С. 18-28.

14. Цифрові бізнес-екосистеми: специфічні форми координації господарської діяльності в умовах цифрової економіки

Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Цифрові бізнес-екосистеми (ЦБЕ) – це динамічні мережі, що об'єднують різноманітних учасників (компанії, стартапи, фрілансери, дослідницькі інститути, etc.) для спільної генерації цінності в цифровому середовищі. ЦБЕ стають все більш поширеними в умовах цифрової економіки, пропонуючи нові можливості для координації господарської діяльності.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані метод аналізу та синтезу, узагальнення. Аналітичний метод використаний при розгляді відмінностей цифрових бізнес-екосистем, абстрактно-логічний – при формулюванні висновків.

Результати та обговорення. До переваг цифрових бізнес-екосистем (ЦБЕ) можна віднести наступні:

- підвищення інновацій: ЦБЕ стимулюють співпрацю та обмін знаннями між учасниками, що може призвести до нових ідей, продуктів та послуг;
- ефективність: ЦБЕ дозволяють компаніям гнучко реагувати на мінливі потреби ринку, залучаючи необхідні ресурси та компетенції з екосистеми;
- доступ до нових ринків: ЦБЕ дають можливість компаніям вийти на нові ринки та отримати доступ до нових клієнтів;
- зниження витрат: ЦБЕ можуть допомогти компаніям знизити витрати за рахунок спільного використання ресурсів та платформ [1].

Характерними рисами ЦБЕ є: модульність, оскільки ЦБЕ складаються з автономних модулів, які можуть легко інтегруватися один з одним; цінність ЦБЕ зростає з кількістю учасників та їх взаємозв'язків; ЦБЕ фокусуються на наданні послуг, а не на продажу продуктів; ЦБЕ відкриті для нових учасників та ідей; ЦБЕ ґрунтуються на співпраці та взаємодії між учасниками; ЦБЕ потребують ефективної координації для досягнення спільних цілей.

Для з'ясування сутності ЦБЕ важливо виділити їх відмінності від інших форм координації: гнучкість - ЦБЕ більш гнучкі та адаптивні, ніж традиційні ієрархічні структури; швидкість - ЦБЕ дозволяють приймати рішення та впроваджувати інновації швидше, ніж традиційні структури; масштаб - ЦБЕ можуть масштабуватися більш легко, ніж традиційні структури. При цьому управління ЦБЕ може бути складним завданням через велику кількість учасників та їхні різні інтереси. Також існує необхідність стандартизації даних та процесів для забезпечення ефективної взаємодії та захисту ЦБЕ від кібератак [2].

Висновки. Цифрові бізнес-екосистеми – це нова форма координації господарської діяльності, яка має значний потенціал для розвитку цифрової економіки. ЦБЕ пропонують ряд переваг, але також стикаються з певними викликами. Успіх ЦБЕ залежить від ефективного управління, довіри між учасниками, стандартизації та кібербезпеки.

Література.

1. Благодир, Л.М. Цифрові бізнес-екосистеми як специфічна форма координації господарської діяльності в умовах цифрової економіки. Економіка та суспільство, 2022, (46), С. 5-14. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2099/2028>
2. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/>

15. Державно-приватне партнерство (ДПП) в світі та в Україні

Світлана Даценко, Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Державно-приватне партнерство (ДПП) є стратегічним напрямком співпраці між державним та приватним секторами, що визначається як ключовий фактор для реалізації інфраструктурних та соціально-економічних проєктів. Оцінка світового досвіду в цій сфері є важливим аспектом для впровадження цього механізму співпраці в Україні.

Матеріали та методи. Для дослідження державно-приватного партнерства в світі та в Україні використано методичну літературу, інтернет-ресурси та статистичні дані.

Результати та обговорення. Досвід світового ДПП поділяється на три стадії. Перша (вища) стадія включає країни, де ДПП успішно реалізовано, як Великобританія й Австралія. Друга (середня) – США, Японія, Франція, Канада і Німеччина, де ДПП застосовується у різних галузях, але не повністю. Третя (початкова) – країни, які тільки розпочали формування ДПП, такі як Україна. ДПП допомагає підвищити конкурентоспроможність країн через розвинені інституції та інфраструктуру. Одним з головних переваг в ДПП є укладення договору між державним та приватним сектором що відкриває шлях до збільшення фінансового забезпечення та інтенсифікації реалізації інфраструктурних проєктів, що забезпечує більш швидку інноваційну реалізацію та оптимальний розподіл ризиків між сторонами. Зокрема, ДПП дозволяє державі залучати альтернативні приватні джерела капіталу та реалізовувати термінові проєкти, які без цього були б складнішими або навіть неможливими. Прикладом ДПП є проєкт реконструкції міської інфраструктури, який включає будівництво доріг, шкіл та лікарень. Уряд спільно з приватними компаніями може реалізувати будівництво нових магістралей чи модернізацію медичних закладів, що покращить доступність послуг та стимулюватиме економічний розвиток. Однак важливо враховувати ризики конфліктів інтересів та корупції і вживати заходів для їх запобігання [1].

В Україні ДПП є перспективним інструментом для залучення інвестицій у державну і комунальну інфраструктуру. Однак існує низка проблем, що ускладнюють його реалізацію, зокрема недостатня розвиненість законодавства та відсутність ефективних механізмів регулювання спричиняють перешкоди; низький рівень довіри інвесторів; нестабільність політичної ситуації та недостатність фінансових ресурсів також утруднюють процес. Однак є потенціал для подальшого розвитку ДПП в Україні, зокрема завдяки підвищенню обізнаності суспільства про переваги цього формату співпраці та удосконаленню законодавства з метою створення сприятливого середовища для інвестицій.

Висновки. Отже, аналіз світового досвіду та практика ДПП свідчать про його значущість як механізму співпраці між державним і приватним секторами у реалізації інфраструктурних проєктів. Хоча в Україні є певні виклики, такі як недостатній рівень регулювання та фінансові обмеження, проте з вдосконаленням правового середовища та підвищенням довіри інвесторів, можливий успішний розвиток ДПП, що сприятиме подальшому економічному зростанню та покращенню життя громадян.

Література.

1. Кнір М. Державно-приватне партнерство: світовий досвід і досвід України. 2018, URL: <https://www.researchgate.net/publication/342657678>

16. Причини та наслідки тіньової економіки в Україні

Корч Ксенія, Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Тіньова економіка, на жаль, серед інших проблем посідає не останнє місце в економіці сучасної України. Поширюється проблема ухилення від сплати податків, а тіньовий бізнес має негативний вплив на економіку всієї країни.

Матеріали та методи. Метод аналізу і синтезу для визначення наслідків тіньової економіки.

Результати та обговорення. На появу та поширення тіньової економіки впливають декілька факторів. Одним з них є високий рівень податків. До прикладу ставка єдиного податку: 3% від суми доходу станом на 1 січня 2024 року, якщо є платником ПДВ; 5% від суми доходу станом на 1 січня поточного року, якщо не є платником ПДВ. Також є платником єдиного соціального внеску у розмірі 22% від мінімальної з/п (від 8000грн). Єдиний соціальний внесок треба сплачувати щомісяця. ЄСВ сплачується також за кожного найманого працівника. Підприємці намагаються оформити якнайменше людей, для меншої сплати податків. Складність ведення бізнесу також є причиною існування тіньової економіки, звітність та оформлення всіх документів потребує багато часу. Ризики, які більш вагомі для легального бізнесу (зміни в законодавстві, макроекономічні зміни, нестабільність ринку), з якими не хоче зіткнутися підприємець, також відштовхують від офіційного ведення бізнесу. Правовий нігілізм самої людини, яка знає вимоги закону та свідомо йде в тіньовий бізнес також відіграє роль. Нестабільність економіки саме в ці роки має вагомі причини ухилення від легальності. Лише за останні 5 років економіка України колихнулася двічі: з початком пандемії у 2019 році та із повномасштабним вторгненням у 2022. У тіньовому бізнесі легше подолати кризи, тому підприємці обирають саме цей варіант ведення бізнесу [1].

Від тіньової економіки держава отримує негативні наслідки. Четверту частину від офіційного ВВП України, або 846 млрд гривень, становлять тіньові операції (23,8%), внаслідок чого знижуються доходи бюджету. Тіньовий бізнес має негативний вплив на конкуренцію, створюючи невідгідні умови для легального бізнесу, стимулюючи перейти до тіньового. Тіньовий бізнес включає в себе контрабанду, хабарництво, без якого неможливе існування тіньового бізнесу, за рахунок цього в країні зростає рівень злочинності. З тіньовим бізнесом знижується рівень життя людей [2]. Для подолання тіньової економіки потрібен розвиток безготівкового розрахунку, щоб державі було легше простежити всі грошові перекази; спростити ведення документації переведенням її на цифрову; підвищити відповідальність за незаконну діяльність; подолати хабарництво тощо.

Висновки. Наразі тіньова економіка є значною проблемою в Україні, здійснює негативний вплив на зниження доходів бюджету та на розвиток легального бізнесу і потребує якнайшвидшого вирішення.

Література.

1. Міністерство фінансів України. Мінімальна зарплата. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/>
2. Національний Банк України. Дослідження тіньової економіки в Україні. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/doslidjennya-tinovoyi-ekonomiki-v-ukrayini--mayje-chvert-vvp--abo-846-mlrd-griven--perebuvaeye-v-tini#>

17. Ринок робочої сили України в умовах воєнного стану

Юлія Сауткіна, Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Умови воєнного стану суттєво вплинули на соціально-економічний розвиток України, зокрема на ринок робочої сили.

Матеріали та методи. Дослідження базується на порівняльному аналізі показників ринку праці до та після введення воєнного стану, включаючи рівень безробіття, середньої заробітної плати, статистичних даних щодо внутрішньо переміщених осіб та зміни умов праці.

Результати та обговорення. Якщо порівнювати довоєнний та воєнний стани, то можна виокремити певні положення, які дають змогу зробити висновки:

1) Рівень безробіття: довоєнні роки в Україні характеризувалися поступовим зниженням рівня безробіття, завдяки економічному зростанню та реформам на ринку праці. Проте, війна призвела до значного збільшення безробіття через зупинку багатьох підприємств, руйнування інфраструктури та втрату робочих місць, особливо в регіонах, найбільш залучених у воєнні дії;

2) Рівень заробітної плати: зарплати в довоєнний період показували тенденцію до зростання, але війна і економічна нестабільність спричинили їх зниження в реальному виразі через інфляцію та зменшення виробничої активності. Деякі сектори, такі як ІТ, продовжували демонструвати зростання заробітної плати, але в цілому економічний тиск негативно вплинув на доходи населення;

3) Внутрішньо переміщені особи: війна призвела до масового переміщення населення зі східних та південних областей України, що збільшило тиск на ринок праці в інших регіонах. ВПО часто стикаються з викликами у пошуку роботи, особливо в умовах, коли доступ до робочих місць обмежений і конкуренція висока;

4) Небезпечні умови праці: умови праці в деяких регіонах значно погіршилися через воєнні дії. Промисловість та сільське господарство в зонах конфлікту зіткнулися з високим ризиком для здоров'я та життя працівників.

Подолання визначених проблемних положень можливе за умов:

1) Державної підтримки, яка включає забезпечення соціальних гарантій для безробітних, фінансові виплати ВПО, а також стимулювання створення нових робочих місць.

2) Підтримки малого та середнього бізнесу через податкові пільги, кредитування та консультативну підтримку, спрямовану на відновлення економічної активності та збереження робочих місць.

3) Повернення людей додому задля створення безпечних та стабільних умов для життя і праці, що є ключовим фактором для відновлення ринку робочої сили.

Висновки. Тож, воєнний стан вплинув на розвиток ринку робочої сили України, викликавши як кризові явища, так і нові можливості для адаптації та відновлення. Наразі важливо сконцентрувати зусилля на підтримці та розвитку людського капіталу, а також створенні сприятливих умов для відновлення економіки та ринку праці.

Література.

1. Ринок праці в умовах війни. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/rynok-pratsi-v-umovakh-viyny-tendentsiyi-ta-perspektyvyv>

18. Освітні міграційні процеси в Україні: сучасні тенденції та наслідки для економіки

Богдан Лавріненко, Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Освітні міграційні процеси стають все більш актуальною проблемою для України, враховуючи їх вплив на економіку та соціокультурний розвиток країни.

Матеріали та методи. У дослідженні використаний аналітичний метод для розгляду статистичних даних МОН; метод аналізу – для огляду наукової літератури щодо освітньої міграції та її впливу на економіку; економічні моделі та експертного прогнозування у галузі освіти, економіки).

Результати та обговорення. Україна стикається зі значними освітніми міграційними процесами, які впливають на її економіку та соціокультурний розвиток. Однією з основних тенденцій української освітньої міграції є зростання кількості молодих людей, які обирають навчання за кордоном. За даними Міністерства освіти і науки (МОН) України, за останнє десятиліття кількість українських студентів, які виїжджають за кордон на навчання, зросла вдвічі. Це обумовлено не лише поглядами на якість освіти, а й прагненням отримати міжнародний досвід та підвищити конкурентоспроможність на ринку праці. Другою важливою тенденцією є збільшення кількості іноземних студентів, які обирають Україну для навчання. Високий рівень якості освіти, доступність та розвинена інфраструктура навчальних закладів роблять Україну привабливою для іноземних студентів, особливо з країн Європи та Азії. За даними МОН України, кількість іноземних студентів українських університетів зросла на 25% протягом останніх двох років [1]. Важливим наслідком освітніх міграційних процесів для економіки України є втрата людського капіталу. Виїзд молодих та талановитих фахівців на навчання за кордоном може призвести до зменшення інноваційного потенціалу та конкурентоспроможності економіки. Також, низький рівень заробітної плати та нестабільність у сфері науки та освіти може сприяти подальшій еміграції фахівців за кордон. Ще однією проблемою є економічні втрати через плату за навчання за кордоном. Наступним аспектом є економічні переваги від притоку іноземних студентів. Їхня плата за навчання, проживання та інші витрати створюють додаткові доходи для українських вищих навчальних закладів та місцевого бізнесу. Це може сприяти розвитку місцевої інфраструктури та збільшенню рівня зайнятості [2].

Висновки. Загалом, освітні міграційні процеси мають значний вплив на економіку України, який варто розглядати в комплексі з соціокультурними та політичними аспектами. Для збалансованого розвитку країни важливо створити умови для збереження та привернення талановитих фахівців, а також зберегти високий рівень якості освіти, що є ключовим фактором конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Література.

1. Міністерство освіти і науки України. Статистика міграції студентів з України. Привабливість України для іноземних студентів. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/pozashkilna-osvita/statistichni-danni>
2. Національний інститут стратегічних досліджень. Вплив освітньої міграції на економіку України. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://niss.gov.ua/sites/default/files/2012-08/Migration.new-7aaa8.pdf>

19. Напрямки розвитку та шляхи удосконалення особистого страхування в Україні

Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Анастасія Бобровник

*Фаховий коледж «Універсум» Київського столичного університету імені Бориса
Грінченка*

Вступ. В умовах постійних змін на фінансовому ринку України, дослідження напрямків розвитку та шляхів удосконалення особистого страхування стає актуальною проблемою. Визначення оптимальних стратегій та інноваційних рішень сприятиме підвищенню ефективності цього сегменту національної економіки, відкриє нові можливості для підвищення фінансової стабільності населення та розвитку страхового ринку України.

Матеріали та методи. У дослідженні використовувались такі методи: аналіз для виявлення сучасного стану і тенденцій функціонування ринку особистого страхування; системний аналіз при дослідженні внутрішніх зв'язків та взаємодії елементів функціонування системи особистого страхування в Україні/

Результати та обговорення. Страховий ринок України протягом довгого проміжку часу залишався одним із найбільш проблемних серед фінансових ринків України, причинами такого явища були низький рівень проникнення та щільності страхування. Впровадження кількох кроків може вплинути на покращення ситуації. Першим кроком є прискорення пенсійної реформи. Другим кроком варто почати підвищувати довіру до страхових послуг. Третій крок полягає в розробці ефективної державної стратегії для стимулювання розвитку страхування. Четвертий крок це підтримка платоспроможності населення. Боротьба з недобросовісною поведінкою учасників ринку є п'ятим кроком. Шостий крок це розробка стимулів для державних медичних закладів для співпраці зі страховими компаніями. А заключним кроком є підвищення якості страхових послуг, тобто впровадження стандартів обслуговування для страхових компаній з метою поліпшення якості обслуговування [1].

Широке використання інноваційних цифрових технологій, особливо у фінансовому секторі загалом та у страховому секторі, зумовлене глобальними процесами цифровізації світового суспільства. Технології в галузі страхування (Insurtech) спрямовані на безпосереднє вирішення проблем, пов'язаних із великими обсягами даних та їх аналізом, сприяючи етапному розвитку фінансової інклюзії. Перспективними напрямками для Insurtech можуть бути використання машинного навчання, "неструктурованих даних", штучного інтелекту, блокчейн-технологій, телематики та інших передових процесів.

Висновки. Впровадження комплексу заходів, які включають прискорення пенсійної реформи, підвищення довіри до страхових послуг, розробку ефективної державної стратегії та підтримку платоспроможності населення, може сприяти покращенню стану страхового ринку в Україні. Застосування інноваційних цифрових технологій у сфері страхування відображає світові тенденції цифровізації та сприяє вирішенню ключових проблем галузі страхування.

Література.

1. Васильєва Т. А., Діденко І. В., Сідельник Н. Ю., Єфіменко А. Ю. Аналіз тенденцій розвитку страхових інновацій. Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка. 2022. № 4. С. 267-273.

20.2.

Modern methods of business management

Chairperson – Svitlana Stakhurska
Secretary – Olena Kutas

20.2.

Сучасні методи управління підприємством

Голова – Світлана Стахурська
Секретар – Олена Кутас

1. Функції і задачі складів у логістиці

Ясмін Ахмад

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Логістика є важливим елементом сучасного бізнесу, забезпечуючи оптимальний потік товарів і послуг від виробника до споживачів. У цьому контексті склади відіграють важливу роль, виконуючи різні функції та вирішуючи важливі завдання.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження використано методи аналізу та узагальнення даних.

Результати. Для розуміння складності логістичних процесів розглянемо функції та завдання, що виконують склади у складній логістичній системі.

Функції складів:

- *зберігання*: склади призначені для тимчасового зберігання товарів до моменту їх відправлення на підприємства-замовники або реалізації. Це дозволяє компаніям зберігати необхідні запаси товарів для задоволення потреб клієнтів та забезпечення сталого руху продукції;

- *комплектація і сортування*: склади виконують функцію комплектації, що полягає у формуванні замовлень клієнтів з різних партій товарів;

- *перевезення і транспортування*: склади часто виступають як транспортні вузли, де здійснюється тимчасове зберігання товарів під час їх перевезення. Це дозволяє оптимізувати логістичні процеси та зменшувати час доставки. Також склади можуть виконувати функцію консолідації вантажів перед їх відправленням, що спрощує логістичні потоки;

- *обробка та пакування*: організація правильного пакування товарів дозволяє забезпечити їх цілісність та захист від пошкоджень під час транспортування;

- *інформаційна підтримка*: склади забезпечують збір, обробку та аналіз даних про запаси товарів. Це дозволяє підприємствам ефективно керувати їх розподілом та використанням, уникати перевитрат на зберігання запасів та регулювати рівень запасів з урахуванням поточного попиту і прогнозів ринку, швидко реагувати на зміни в попиті та забезпечувати безперебійну поставку товарів.

Задачами складів у логістиці є:

- *забезпечення якості*: склади відповідають за збереження якості товарів під час їх зберігання та транспортування, тобто підтримання відповідних умов зберігання;

- *мінімізація втрат*: однією з основних задач складів є мінімізація втрат товарів під час їх зберігання та обробки: запобігання пошкодженням, крадіжкам та іншим ризикам, які можуть призвести до втрат для підприємства;

- *швидке виконання замовлень*: ефективне та оперативне виконання замовлень клієнтів є однією з ключових задач складів. Вона передбачає організацію ефективних процесів комплектації та відправлення товарів, щоб забезпечити швидку доставку та задоволення потреб клієнтів;

- *оптимізація логістичних процесів*: дане завдання передбачає вдосконалення процесів управління запасами, оптимізацію складських приміщень та обладнання, а також впровадження новітніх технологій. Результатом цього є підвищення ефективності логістичних процесів та зменшення витрат на їх здійснення.

Висновки. Склади відіграють важливу роль у логістичній системі підприємства, виконуючи різноманітні функції та вирішуючи важливі завдання. Вони є невід'ємною складовою ланцюжка постачання та дозволяють забезпечити ефективний рух товарів від виробника до споживачів.

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

2. Місце ТОВ ТД «Київхліб» на українському ринку хліба

Тетяна Балабан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкуренція на українському ринку хлібобулочних виробів є дуже інтенсивною. Ринок хліба характеризується регіональним характером, тому основна увага приділяється компаніям, які обслуговують певну географічну територію.

Матеріали і методи. Під час дослідження було використано методи узагальнення та синтезу отриманої інформації.

Результати. Виробництвом хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів з нетривалим терміном зберігання в Україні займається близько 770 промислових підприємств, серед яких найбільшу частку складають малі підприємства (77,3%) та мікропідприємства (55,1%) [1]. На сьогоднішній день серед промислових виробників хліба та хлібобулочних виробів основна частка припадає на наступні компанії: концерн «Хлібпром» (м. Львів), який охоплює 15,4% ринку хлібопродуктів; ПАТ «Київхліб» (м. Київ) – 13,6%; ТОВ «ХК «Хлібні інвестиції» (м. Київ) – 11,2%; ТМ «Кулиничі» (м. Харків) – 9,5%; ТМ «Формула смаку» (м. Кропивницький) – 8,8%; ТМ «Хлібодар» (м. Запоріжжя) займає 6,1% ринку.

Ці виробники постачають на ринок країни понад 3/4 обсягів хлібопродуктів промислового виробництва щорічно. Слід зауважити, що ключові конкуренти ТОВ ТД «Київхліб» на ринку хлібобулочних виробів мають досить високі конкурентні позиції та прагнуть до постійного розвитку та захоплення нових ринків збуту.

Варто відмітити також високі конкурентні позиції на ринку виробників хліба досліджуваного ТОВ ТД «Київхліб». Дане підприємство є в числі лідерів, проте майже на 2% відстає від основного конкурента за часткою на ринку.

На сьогоднішній день ТОВ ТД «Київхліб» – найбільший виробник хліба, хлібобулочних та кондитерських виробів у столиці. До складу компанії входять 6 виробничих майданчиків у Києві та Київській області, потужність яких дозволяє щодня виробляти понад 400 тонн хлібобулочних виробів та 10 тонн хлібних делікатесів. Асортимент продукції включає близько 250 найменувань, у тому числі різні види хліба, пряники, печиво, булочки, бублики, тістечка, торти та короваї, що випускаються під торговою маркою «Київський хліб» [2].

Компанія має власний автопарк та широкую дистриб'юторську мережу, що дозволяє забезпечувати своєчасну доставку свіжого хліба та ароматної випічки на прилавки магазинів як в Україні, так і в країнах Європи, Азії та Північної Америки.

Продукція бренду «КІЇВХЛІБ» реалізується в усіх національних торгових мережах України. Також компанія співпрацює з дистриб'юторами, оптовими та роздрібними покупцями по всій Україні. Для своєчасної та безпечної доставки продукції укладено відповідні договори з транспортними компаніями, найбільшою з яких є ТОВ «Київтранслогістика» [2].

Висновки. Отже, варто зазначити, що ТОВ ТД «Київхліб» має досить високі та стійкі позиції на ринку, його асортиментний ряд не поступається за кількістю основним конкурентам, розвиток ефективної логістичної діяльності надає змогу доставляти хліб та хлібобулочні вироби до своїх споживачів вчасно, без затримок.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Офіційний сайт ТОВ ТД «Київхліб». URL: <https://kyivkhlib.ua/>.

Науковий керівник – доц. Репіч Т.А.

3. Створення бізнес-плану для організацій

Тетяна Балабан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Актуальність даної теми полягає в тому, що вірно написаний та розрахований бізнес-план дає можливість підприємцю правильно та детально оцінити, як створити та в подальшому управляти бізнесом, як зробити бізнес прибутковим, залучити інвестиції та передбачити можливі збитки.

Матеріали і методи. Для проведення дослідження використані навчальні посібники та інші наукові літературні джерела, аналіз та узагальнення яких дозволив отримати наступні результати.

Результати. Бізнес-план є документом, який містить систему ув'язаних в часі, просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання прибутку внаслідок реалізації підприємницького проєкту. Бізнес-план охоплює практично всі функціональні напрями підприємства, починаючи від детального опису технології бізнес-проєкту і закінчуючи ґрунтовними фінансовими розрахунками ефективності господарювання.

Відповідно бізнес-план розробляється підприємством перед його створенням (для обґрунтування доцільності інвестицій та ефективності господарювання, а також розміру статутного капіталу); для планування розвитку (у випадку діючого підприємства); для обґрунтування економічної доцільності започаткування нових видів діяльності чи створення нових стратегічних господарських підрозділів, бізнес-одиниць підприємства.

Розробка бізнес-плану є трудомістким процесом, вимагає значних коштів і часу. До бізнес-планування залучають менеджерів, фінансистів, економістів, маркетологів, юристів. Це можуть бути як працівники підприємства, які мають значний професійний досвід, так і зовнішні консультанти, експерти.

Основними цілями розробки бізнес-плану є: змодельовати систему управління підприємством; передбачити ускладнення / ризики функціонування підприємства; залучити позичковий капітал, необхідний для створення підприємства чи реалізації окремого підприємницького проєкту; забезпечити процес «комунікації» між підприємством та інституціями зовнішнього середовища його функціонування; розвинути управлінські навички керівництва та іншого управлінського персоналу підприємства.

Для написання бізнес-плану використовують наступні методи: метод оптимізації, метод цільового прибутку, індикативний метод, балансовий метод, нормативний метод, дослідно-статистичний метод.

Висновки. Отже, розробка бізнес-плану і контроль його реалізації значно сприяє підвищенню ефективності і зниженню ризиків у започаткуванні нових напрямів підприємницької діяльності.

Література

1. Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д., Блонська В.І., Лупак Р.П. Бізнес-планування: навч. посіб. К. : Знання, 2013. 207 с.
2. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту: навч. посіб. К.: Кондор, 2006. 664 с .

Науковий керівник – доц. Якимчук Т.В.

4. Особливості організації перевезень вантажів автомобільним транспортом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Тамара Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Автомобільний транспорт — швидкий та маневрений, має можливість доставляти вантажі безпосередньо споживачам, має особливе значення для обслуговування АПК, основний у перевезеннях на короткі відстані.

Матеріали і методи. Під час дослідження було використано методи узагальнення та синтезу отриманої інформації.

Результати. Власного транспорту ПрАТ «ККФ «Рошен» разом із найманим транспортом достатньо, щоб забезпечити продукцією власного виробництва Київ та Київську область. Використання найманого транспорту дозволяє суттєво зменшити час транспортування до кінцевого споживача, оскільки ці автомобілі мають такі технічні характеристики, які дозволяють скоротити часовий проміжок доставки продукції, що на сьогодні є доволі актуальним.

Проведемо оцінку критеріїв якості транспортно-логістичного сервісу ПрАТ «ККФ «Рошен» за методикою Окландера (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка параметрів якості транспортно-логістичного сервісу
 ПрАТ «ККФ «Рошен»

Критерій	Сутність критерію	Ранг	Оцінка
Своєчасність здійснення перевезення	Транспортування повинно бути здійснено без затримок і виконано в установлений термін	0,4	9
Повнота перевезень	Транспортування має бути здійсненим для всього обсягу вантажу	0,1	9
Збереження товару	Процес транспортування вантажу унеможливорює втрати та зниження якості товару	0,2	9
Економічність транспортування	Транспортування вантажів необхідно забезпечити замовнику мінімізацію витрат	0,3	7
Всього		1	34
Середнє значення		x	8,5

Оскільки якість — це кількісний показник конкурентоспроможності підприємства, логістично-транспортний сервіс визначається кількістю балів за шкалою від 1 до 10. Для ПрАТ «ККФ «Рошен» загальна кількість балів складає 34, а середнє значення — 8,5, що є високим результатом.

Для визначення інтегрального показника рівня якості транспортно-логістичного обслуговування (K_i) необхідно враховувати не лише значення окремих його складових, але і їхню вагомість (ранг) за формулою:

$$K_i = \sqrt{(0,4 \times 9)^2 + (0,1 \times 9)^2 + (0,2 \times 9)^2 + (0,3 \times 7)^2} = 12,06$$

Висновки. Максимально можливий рівень інтегрального показника при заданому ранжуванні критеріїв може складати 13, тож отримане значення свідчить про достатньо високу оцінку параметрів якості логістичного обслуговування ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Науковий керівник — доц. Репіч Т.А.

5. Управління конфліктами на підприємстві

Тамара Баталова, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний етап соціального та економічного розвитку характеризується максимальною комерціалізацією суспільних відносин, сформованою під впливом ринкової економіки і жорсткої конкуренції, підсиленою періодично виникаючими кризовими явищами, що загострює конфліктність та створює конфліктні ситуації.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є наукові статті. Робота проводилася з використанням загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, зокрема: спостереження, системного аналізу, синтезу, теоретичного узагальнення.

Результати. Значення конфліктів у суспільстві полягає в тому, що вони, незважаючи на їх руйнівний характер і негативне сприйняття людьми, забезпечують розвиток суспільства чи підприємства і запобігають застою, стагнації. З цих позицій конфлікт розглядається конфліктологами як фактор динамічної стабільності організації.

Конфлікти виникають через протилежність інтересів і соціальних установок людей, вони потребують обов'язкового розв'язання, оскільки без цього неможливе нормальне функціонування соціальної групи, колективу.

Одна з істотних ознак конфлікту – характер та особливості сторін, що беруть участь у ньому. Від того, ким представлені конфліктуючі сторони, вирішальним чином залежать характеристики конфлікту.

Автор теорії соціального конфлікту Л. Козера зазначає, що конфлікт – це певне протистояння між цінностями та бажаннями через дефіцит відповідного статусу, влади та ресурсів, у процесі якої цілі контрагента нейтралізуються або елімінуються його суперниками [2]. Фактично автор вказує на негативний аспект від дії конфлікту, однак при цьому стверджує, що у певній ситуації може проявлятися і позитивна функція конфлікту. А саме конфлікт може стати фактором підтримання певної рівноваги в соціально-економічних системах, в яких він відбувається. Якщо конфлікт пов'язаний із цілями, цінностями або інтересами, які не порушують засад існування груп, тоді його наслідки позитивні. Якщо конфлікт зачіпає основні цінності груп, то він є небажаним, оскільки підриває засадничі принципи діяльності груп і призводить до руйнування самої групи [1].

Висновки. При управлінні конфліктами необхідно враховувати, по-перше, сам механізм формування конфліктної ситуації, по-друге, визначення всіх складових діяльності, спрямованої як на усунення конфліктоутворюючих факторів, так і на вироблення системи активної протидії конфліктним ситуаціям. Зокрема, управління конфліктами повинно ґрунтуватися на вивченні необхідної інформації, виходячи із класифікації конфліктів, аналізу динаміки та їх інтенсивності, стадій і фаз розвитку. На цьому має бути побудована схема дій щодо попередження, управління та врегулювання конфліктів. Велике значення має визначення правильних шляхів вирішення, підходів та методів прийняття рішень у конфліктній взаємодії.

Література

1. Башук Т.О. Управління різними типами конфліктів у креативному колективі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 3. С.111-119.

2. Гарматюк О. Механізми попередження і розв'язання конфліктів в антикризовому управлінні. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 1 (3) С. 50-55.

6. Види адміністративних методів управління

Олександр Батмасв, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Адміністративні методи управління є потужним важелем досягнення поставлених цілей у випадках, коли потрібно підпорядкувати колектив і направити його на рішення конкретних завдань управління.

Матеріали і методи. Для проведення аналізу використані інтернет-джерела та результати досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців. Під час дослідження було використано методи аналізу, синтезу, узагальнення та системного підходу.

Результати. Адміністративні методи управління – це система способів і прийомів організаційно-розпорядчої дії, яку використовують для організації і координації об'єктів управління з метою виконання поставлених завдань. Ці методи забезпечують чіткий розподіл обов'язків в апараті управління, дотримання правових норм і повноважень у вирішенні питань господарської діяльності, а також застосування заходів примусу і дисциплінарної відповідальності.

Адміністративні методи управління поділяють на організаційні (впливають на структуру управління) і оперативно-розпорядчі (впливають на процес управління) [1].

Організаційні методи управління застосовуються в період створення нових організацій (підприємств), а також під час їхньої реорганізації. Це організаційне регламентування, нормування і організаційно-методичне інструктування.

Організаційне регламентування встановлює правила, на основі яких діє підприємство, його підрозділи, окремі працівники. Ці правила визначаються статутом підприємства, положенням про відділи, правилами внутрішнього розпорядку тощо. В їх основі – законодавча база, тому застосовують їх з відповідним правовим обґрунтуванням. Організаційне нормування визначає межі дії організаційних, технічних, технологічних та економічних норм. Це норми витрат, норми виробітку, чисельності робітників, нормативи відрахувань у різні фонди тощо. Організаційно-методичне інструктування – це доведення до працівників найраціональнішого способу виконання робіт, а також перевірка знань та вмінь виконавців.

Оперативно-розпорядчі методи управління застосовуються за умови, коли вже визначені права і обов'язки структурних підрозділів і працівників. Вони націлені на деталізацію плану, оперативну ліквідацію відхилень від нього, регулювання виробничого процесу і господарської діяльності, забезпечення чітких дій апарату управління і злагодженої роботи всіх підрозділів підприємства. Ці методи забезпечують організованість та високу дисципліну, координацію трудових зусиль працівників шляхом прямого (адміністративного) спонукання їх до дій, а також контроль за роботою підприємства (організації) та окремих працівників.

Розпорядчі дії завжди зумовлені конкретними причинами, мають чітку адресність та односторонню спрямованість – від керівника до підлеглого. Вони існують у формі обов'язкових приписів (наказ, розпорядження), узгоджувальних дій (наради, консультації), рекомендацій (роз'яснення, вказівка).

Висновки. Основними перевагами адміністративних методів управління є те, що вони забезпечують єдність волі керівництва в досягненні мети; не вимагають великих матеріальних витрат; у малих організаціях забезпечують оперативне досягнення цілі і швидко реакцію на зміну зовнішнього середовища.

Література

1. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р., Михаліцький В.С. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник / Львів: ЛьвДУВС, 2019. 320 с.

7. Проблеми та напрямки інвестування в Україні

Олексій Бедров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інвестиції є ресурсом стабілізації і розвитку економіки. Вони є необхідними на будь-якому етапі формування економічного потенціалу. Процеси інвестування мають бути цілеспрямованими, ефективними та не зазнавати перешкод. Нині існує низка проблем, що перешкоджають інвестуванню. Їх вирішення сприятиме зростанню інвестиційної активності.

Матеріали і методи. Для проведення аналізу використані наступні джерела інформації: інтернет-джерела, законодавчі акти, інформація про наукову діяльність. Застосовувались методи аналізу, синтезу, узагальнення та системного підходу.

Результати. Сучасний стан економіки потребує інвестування у ВПК, машинобудівну, харчову, хімічну, енергетичну, будівельну промисловості. У кожній галузі часто виникають різномасштабні проблеми не тільки через війну, а й через відсутність сприятливого інвестиційного клімату, який має створити держава на законодавчому рівні і забезпечувати його дотримання.

Серед проблем варто виділити недостатній рівень інвестування наукових та науково-практичних досліджень і розробок, зокрема нових технологій, створення інноваційної техніки, а саме з використанням штучного інтелекту, робототехніки, розроблення мехатронних модулів технологічного обладнання, LEAN-технологій. Іншою значною проблемою є недосконалість інвестиційного законодавства, відсутність сприятливого інвестиційного клімату, прояви бюрократизму та корупції.

Нині головним інвестором нашої економіки є український бізнес. Уже другий рік війни український бізнес планує розвиток та вбачає перспективи. У першу чергу це добувна галузь та металургія, машинобудування, фармацевтика, хімічна, харчова та інші галузі. З початком масштабної війни українські компанії харчової промисловості почали активніше виходити на ринки ЄС, що вимагає від них додаткового розвитку виробництва та інвестицій (компанія Agricom Group завершила другий етап реорганізації заводу «Добродія» (м. Київ), який виготовляє пластівці із зернових культур і продукти на їх основі; МХП здійснює розвиток точного землеробства: розпочали агрохімічний аналіз ґрунту та інвестували у підземне крапельне зрошення на 100 га під кукурудзою на Черкащині; агрохолдинг «Кернел» будує новий перевантажувальний термінал «Девелопмент Рені Термінал» задля збільшення обсягів експорту вантажів, що передбачає \$10 млн. інвестиційних витрат) [1]. Нині навіть попри війну Україна залучає значні інвестиції від компаній з усього світу. Це й близькі країни-партнери, як то Німеччина чи Туреччина, так і більш віддалені: США та Ізраїль. Суми їх інвестицій також різні: від десятків тисяч до сотень мільйонів доларів [2].

Висновки. Для вирішення проблем інвестування в Україну потрібно побороти існуючі проблеми, створити сприятливий інвестиційний клімат та забезпечити жорсткий контроль над інвестиціями, скеровувати вкладення в наукові розробки та економіку.

Література

1. Шевчук А. Проекти до 8 млрд. грн: Український бізнес – головний інвестор економіки під час війни. URL: <http://surl.li/raqtx>.
2. Шевчук А. Як світові промислові гіганти розвивають виробництво в Україні під час війни. URL: <http://surl.li/qmdkn>.

Науковий керівник – доц. Стахурська С.А.

8. Характеристики сучасного складу

Олексій Бедров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний склад – це високотехнологічний центр, що забезпечує оптимальний рух продукції від виробника до споживача. Інноваційні технології, автоматизація процесів, інтеграція із системами управління ланцюгами поставок – усе це робить сучасний склад ключовим елементом у стратегії бізнесу.

Матеріали і методи. Дослідження проводилося шляхом аналізу джерел інформації: інтернет-джерел, інформації про наукову діяльність, блогів. При проведенні дослідження використовувалися методи аналізу, синтезу, узагальнення.

Результати. Склади великих розподільчих центрів з інтенсивним рухом транспорту використовують системи візуальної навігації. Такі системи впорядковують рух і усувають черги. Склади потребують кількох окремих зон: експедиції, накопичення, доставки і транзиту.

Достатність сучасних складів залежить насамперед від бізнес-цілей і планів розширення асортименту. Крім того, логістичний бізнес потребує постійного контролю за рухом, обліком і зберіганням товарів. Тому сучасні склади повинні бути оснащені системами відеоспостереження, відстеження вантажів, обліку та забезпечені кваліфікованим персоналом.

Важливим аспектом ефективності логістики є автоматизація та комп'ютеризація складських операцій. Однак автоматизовані складські системи слід упроваджувати лише після того, як були використані простіші логістичні рішення, інакше вони не матимуть належного ефекту. Нові технології успішно інтегруються у складську логістику. Впровадження робіт для обробки вантажів уже нікого не дивує.

Останнім часом з'являється все більше інформації про використання безпілотних систем інвентаризації (БПЛА) та автоматизованих навантажувачів. Існує також низка автоматизованих сортувальних центрів, які виконують практично всі завдання, від прийому до адресації вантажу [1].

В останні роки все більшої популярності набувають системи управління складом (WMS). Вони допомагають зібрати всі дані на одній платформі. Програмне забезпечення дає можливість аналізувати інформацію про всі процеси на складі. Підключивши до цих продуктів робіт, роботу обладнання можна повністю автоматизувати. Постійно оновлюючи інформацію, можна точно визначити, куди і скільки того чи іншого продукту в даний момент часу відвантажується. При цьому захист даних забезпечується за рахунок інтеграції блокчейну в систему складу.

Сучасні технології кібербезпеки забезпечують не лише збереження конфіденційної інформації, а й стабільну та безперебійну роботу програмного забезпечення робіт, що виконують фізичні завдання [2].

Висновки. Сучасні складські системи є ключовим елементом ефективної логістики, а використання сучасних технологій підвищує продуктивність, зменшує кількість помилок та оптимізує використання ресурсів.

Література

1. Автоматизація та роботизація складу і логістичних підприємств. URL: <http://surl.li/hiiioa>.

2. Сучасний склад: яким він повинен бути. URL: <http://surl.li/rkwrtn>.

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

9. Сучасні методи менеджменту матеріальних ресурсів на підприємствах харчової промисловості з урахуванням інноваційної складової

Микола Вознюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Висока матеріалоемність продукції підприємств харчової промисловості обумовлює їх постійну потребу в матеріальних ресурсах і, відповідно, в пошуку дієвих методів управління ними.

Матеріали і методи. Інформаційною базою досліджень стали дані офіційної статистики і наукові доробки за обраною тематикою, а методологічною – загальнонаукові методи аналізу та синтезу інформації, логічного узагальнення.

Результати. Індекс промислового виробництва в 2021-2022 рр. у розрізі підприємств, що продукують харчові продукти, становив 72,9%, а темп зниження їх матеріальних витрат – 93,2%. Зрозуміло, що скорочення обох показників пов'язане з початком воєнних дій в Україні, проте динаміка першого значно інтенсивніша, ніж другого. До того ж частка матеріальних витрат у структурі витрат на виробництво харчової продукції щорічно перевищує 88% [2], що змушує виробників експериментувати з методами їх економії та оптимізації руху. Достатнього теоретичного опрацювання, менше – практичного поширення набули такі сучасні методи менеджменту матеріальних ресурсів, як логістичний, реінжиніринг та контролінг [1]. На підприємствах харчової промисловості кожен з них виконує важливу функцію:

1) логістичний – оптимізує процес використання матеріальних ресурсів шляхом скорочення витрат на виконання логістичних операцій та забезпечує їх безперервний рух. Це вкрай актуально для виробників харчової продукції, особливо в галузях, залежних від фактору сезонності виробництва (цукрова, консервна, молокопереробна тощо), тобто з нерівномірним надходженням сировини, а інколи – коротким терміном її зберігання та/або втратою якості під час транспортування;

2) реінжиніринг – формує на підприємстві систему організаційного забезпечення менеджменту матеріальних ресурсів за бізнес-процесами;

3) контролінг – створює систему інформаційно-аналітичного забезпечення для планування, постачання та відстеження ефективності використання матеріальних ресурсів суб'єкта господарювання.

На їх поєднанні базується інтегральний підхід до менеджменту матеріальних ресурсів підприємства. Але крім запропонованих методів інтегральний підхід повинен включати потужну інноваційну складову. Без суттєвого посилення інноваційного процесу не можливо поступально знижувати матеріаломісткість і собівартість продукції, а також забезпечити стійкі конкурентні переваги в тактичній та стратегічній перспективі.

Висновки. Включення до системи менеджменту матеріальних ресурсів таких методів, як логістичного, реінжинірингу, контролінгу є нагальною необхідністю в умовах їх посиленої конкуренції на ринках харчової промисловості.

Література

1. Абушов Т. Огляд сучасних підходів до управління матеріальними ресурсами промислового підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 6. Т. 2. С. 30-35. DOI: 10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-5 (дата звернення: 08.03.2024).

2. Державна служба статистики України: вебсайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 08.03.2024).

10. Стратегії розвитку українського бізнесу в умовах викликів війни

Владислав Голобородько, Наталія Скопенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Дослідження спрямоване на визначення заходів реагування на виникаючі загрози та адаптацію підприємств до нових реалій сьогодення, що сприятиме їх подальшому функціонуванню та розвитку.

Матеріали і методи. Використано методи порівняння, систематизації та узагальнення – для аналізу та зведення даних, формулювання висновків. Методичною основою є статистична інформація, дослідження провідних аналітичних видань, дані вітчизняних компаній.

Результати. Зміни в попиті, економічна нестабільність, труднощі з логістикою та інші аспекти мають значний вплив на діяльність та дохідність підприємств. Однак за час повномасштабного вторгнення підприємці знайшли ефективні шляхи та інструменти адаптації та розвитку бізнесу. За даними опитування Gradus Research [1], дві третини українських компаній уже відновили в 2023 році роботу в повному обсязі і працюють у довоєнному режимі, а решта (34%) – працюють частково. У порівнянні з минулим роком суттєво зросла частка бізнесів, які зазнали часткової або повної галузевої трансформації.

Вітчизняні суб'єкти господарювання усвідомлюють необхідність розвитку, тому впроваджують нові стратегії та інструменти для масштабування бізнесу з метою підвищення ефективності функціонування та забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринках [2]: адаптацію та зміну бізнес-моделей; креативний підхід та персоналізацію; цифровізацію (діджиталізацію) бізнесу; партнерство; вітчизняні та міжнародні гранти; глобалізацію та вихід на нові ринки; готовність відповідати міжнародним стандартам.

Стратегія збереження та розвитку бізнесу кожної окремої компанії індивідуальна і базується на фінансових можливостях, перспективах та баченні засновників. Найважливішими у 2023 році вітчизняним бізнесом відзначено наступні ключові рішення [3]: пошук нових клієнтів і каналів продажів, скорочення витрат, пошук фінансування, запровадження нових напрямків бізнесу, антикризове управління, пошук партнерів на зовнішніх ринках, розвиток експорту.

Враховуючи існуючі виклики середовища, бізнес адаптується та шукає подальші шляхи розвитку. Чітко окреслена програма заходів та обґрунтовані інструменти сприяють можливості досягати запланованих показників діяльності.

Висновки. Швидке реагування на зміни у зовнішньому середовищі та врахування можливостей є запорукою забезпечення розвитку бізнесу, успішного функціонування компаній та розширення кордонів географічного представлення вітчизняних товарів у світі.

Література

1. Як міграційні процеси впливають на бізнес? Спеціальне дослідження до КМЕФ 2023. Gradus Research. Жовтень 2023. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/how-do-migration-processes-affect-business/>.
2. Яценко Ю. Бізнес під час війни: як змінюються та відновлюються українські компанії. URL: <https://www.promodo.ua/blog/biznes-pid-chas-viyini-yak-zminyuyutsya-ta-vidnovlyuyutsya-ukrayinski-kompaniyi>.
3. Оцінка втрат українського бізнесу через війну. URL: <https://ua-retail.com/2022/06/ocinka-vtrat-ukrayinskogo-biznesu-cherez-vijnu/>.

11. Напрямки прийняття управлінських рішень у публічному управлінні підприємств харчової промисловості

Микола Єршомін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Управлінське рішення в публічному управлінні визначається як цілеспрямований і обґрунтований вплив публічних органів влади в особі посадовців (керуючих об'єктів) на суспільство (керовані об'єкти), який відображає інтереси держави, має офіційний характер і закріплюється державними нормативно-правовими документами [1]. У контексті публічного управління підприємствами, зокрема підприємствами харчової галузі, управлінське рішення трактується як трансформаційний вплив органів публічної влади на суб'єкти промислового виробництва з метою виконання ними стратегічних задач розвитку національної економіки.

Матеріали і методи. Використано методи аналізу, систематизації та узагальнення даних.

Результати. Процес прийняття управлінських рішень у публічному управлінні підприємств харчової промисловості охоплює широкий спектр напрямів, як то:

- 1) державне регулювання і стандартизація виробництва харчової продукції, що має забезпечити її відповідність нормативам безпеки, якості та етично-екологічного виробництва, в тому числі шляхом впровадження «зелених» стандартів і технологій у бізнес-процеси;
- 2) ліцензування підприємств харчової промисловості та формування системи моніторингу щодо дотримання ними регуляторних вимог органів державного нагляду і аудиту;
- 3) контроль якості та безпеки харчової продукції на різних етапах ланцюга постачання;
- 4) співпраця з громадськістю (споживачами, громадськими організаціями, галузевими асоціаціями та іншими стейкхолдерами) задля забезпечення якості та безпеки харчової продукції та оперативного реагування на зміни у громадських потребах та очікуваннях;
- 5) корпоративна соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості в частині розробки спільних з державою соціальних програм чи їх часткової підтримки щодо покращення умов праці персоналу, розвитку місцевих громад та зниження негативного впливу виробництва харчових продуктів на довкілля;

6) стимулювання розбудови харчової промисловості в умовах війни та забезпечення гарантій продовольчої безпеки країни. Зокрема, навесні 2022 року на базі Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів було створено Національну платформу продовольчої безпеки, яка покликана об'єднати зусилля харчових підприємств, ритейлерів, військових адміністрацій і міжнародних організацій у задоволенні потреб мешканців громад, ЗСУ і територіальної оборони в продуктах харчування. Крім того, урядом було прийнято низку управлінських рішень, спрямованих на полегшення ведення бізнесу вітчизняними підприємствами, в тому числі харчовими: від розширення можливостей кредитування харчовиків та аграріїв за програмою «Доступні кредити 5-7-9» до впровадження Державної програми підтримки релокації бізнесу [2] тощо.

Висновки. Необхідність у прийнятті управлінського рішення в публічному управлінні виникає не як реакція на задоволення потреб самого підприємства, а як виклик на суспільну проблему, яку необхідно вирішити, та/або в рамках реалізації державної стратегії управління у певній галузі економіки. З огляду на стратегічне значення харчової промисловості для економіки країни та добробуту населення, а також необхідність її якнайшвидшого повосного відновлення, управлінські рішення в контексті їх публічного управління мають мати високу ефективність за всіма зазначеними вище напрямками, оскільки будь-які, навіть незначні помилки і прорахунки можуть призвести до економічної стагнації та соціальної нестабільності в країні.

Література

1. Лобунець В.І. Особливості прийняття управлінського рішення в публічному адмініструванні. *Аграрна освіта та наука: досягнення, роль, фактори росту. Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку, підприємництва та торгівлі, публічного управління в Україні та світі: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Білоцерківський НАУ, 31 жовтня 2019 р. Біла Церква, 2019. С. 75-77.*

2. Павлова О., Павлов К., Шульгач Н., Плоскіна А. Формування бізнес-стратегії підвищення продовольчої безпеки харчової галузі України у воєнний період. *Scientific journal «Modeling the development of the economic systems»*. Вип. 4. 2022. С. 116-123.

Науковий керівник – доц. Шеремет О.О.

12. Харчова промисловість в умовах воєнного стану

Вікторія Загородня

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Умови воєнного стану надзвичайно впливають на функціонування різних секторів економіки, включаючи харчову промисловість. У таких умовах важливою стає не лише забезпечення населення достатньою кількістю харчових продуктів, а й збереження стабільності та безпеки в цьому секторі. Воєнний стан зазвичай вимагає стратегічного планування, ефективного управління ресурсами та виробництвом, а також забезпеченням безпеки працівників і якості продукції.

Матеріали і методи. Для аналізу функціонування харчової галузі в умовах війни використано дані Інституту економічних досліджень та політичних консультацій. Оцінка впливу воєнного конфлікту на харчову промисловість проводилася на основі аналізу прогнозованого падіння промисловості та зменшення ВВП. Для визначення впливу війни на функціонування бізнесу використано дані про часткову роботу чи припинення функціонування підприємств, для оцінки втрат харчової галузі – дані про блокування морських перевезень та пошкодження виробничих потужностей.

Результати. Стабільність української економіки значною мірою залежить від ефективності харчової галузі. Згідно з даними Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, війна призведе до зниження промислового виробництва на 42,6% і скорочення ВВП на 31% [1]. Внаслідок конфлікту близько 85% бізнесу в Україні перебуває у режимі часткової роботи або припинення функціонування. З них 1% закрилися і не планують відновлення, а 35% призупинили роботу в очікуванні поліпшення ситуації. Однак харчова промисловість виявляє найбільшу стійкість до викликів війни серед усіх галузей, відновлюючи рівень виробництва та експорту [2]. Хоча підприємства галузі також зазнали втрат через порушення ланцюгів постачання і пошкодження виробничих потужностей, вони продовжують працювати на високому рівні, оскільки забезпечують базові потреби населення і мають стабільний попит як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. За результатами опитування Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, 18% підприємств харчової галузі працюють на 100 відсотків і більше своєї потужності порівняно з попереднім періодом. Таким чином, харчова галузь зберігає свій потужний потенціал і «годує» не лише населення, а й економіку України в умовах війни.

Висновки. Отже, під час війни харчова галузь України, на відміну від інших, виявляє вражаючу стійкість. Навіть при значних втратах та перешкодах, спричинених війною, підприємства галузі продовжують працювати, забезпечуючи базові потреби населення і підтримуючи стабільність економіки. Це свідчить про важливість та роль харчової промисловості в умовах кризи, про необхідність подальшої підтримки та розвитку цього сектора для забезпечення економічної стабільності та безпеки країни.

Література

1. Могильська В. Стимулювання бізнесу в період воєнного стану в Україні. Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах: матеріали VIII Міжн. наук.-практ. конф. (Тернопіль, 1-2 черв. 2022 р). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А. С. 195-197.
2. Не зупинятись: як змінилися умови ведення бізнесу під час воєнного стану. URL: <https://mind.ua/openmind/20243421-ne-zupinyatis-yak-zminili-sumovi-vedennya-biznesu-pid-chasvoennogo-stanu> (дата звернення: 03.10.2022).

Науковий керівник – доц. Рибачук-Ярова Т.В.

13. Управління стратегічними ресурсами підприємства

Вікторія Загородня, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Управління стратегічними ресурсами є ключовим аспектом успішної діяльності будь-якого підприємства. Ця стратегія визначає способи оптимального використання ресурсів, спрямовані на досягнення поставлених цілей та забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Матеріали і методи. Одна з центральних концепцій теорії ресурсів полягає у тому, що ресурси стають джерелом стійких і унікальних конкурентних переваг підприємства. Самі ресурси не є продуктивними, проте їхня вартість для бізнесу зростає при їх використанні у бізнес-процесах та при створенні нових комбінацій.

Ресурсний підхід ґрунтується на тому, що цінність продуктів або послуг, що пропонуються на ринку, є наслідком унікальної поведінки підприємства на ринку, яка відображає його унікальне поєднання ресурсів і навичок [1].

Результати. Управління бізнесом полягає у створенні системи, що працює гармонійно та зосереджено на певних цілях та взаємопов'язаних елементах [3]. Воно включає в себе впровадження системи управління ресурсами, які виступають у ролі фінансових, трудових, матеріальних та інших можливостей, використовуваних для досягнення економічних цілей. Управління ресурсами включає в себе ефективне використання цих ресурсів співробітниками, виконання місії та стратегії підприємства. Воно є складним процесом, що передбачає прийняття та втілення управлінських рішень для раціонального використання, розширення та оптимізації ресурсів з метою досягнення цілей та забезпечення сталого розвитку компанії. Формування, використання та відтворення ресурсів є ключовими завданнями управління ресурсним потенціалом підприємства.

Однією з найважливіших категорій ресурсів підприємства є матеріальні ресурси. Вони під час використання перетворюються на матеріальні витрати, тому їхнє споживання визначається за допомогою показників, що розраховані на основі обсягу матеріальних витрат [2]. Матеріальні ресурси являють собою асортимент засобів підприємства, які мають фізичні характеристики та використовуються в процесі виробництва.

Висновки. Ресурси підприємства слід аналізувати, враховуючи різноманітні підходи, детально вивчати їх склад для забезпечення чіткого розуміння змісту та структури ресурсів. Це дозволить корпоративному керівництву підприємства досягти максимальної ефективності управління. Продуктивне та цільове використання всіх ресурсів підприємства включає в себе комплекс заходів і параметрів, які спрямовані на забезпечення розвитку підприємства шляхом раціонального використання власного ресурсного потенціалу.

Література

1. Мазур А.О., Кириченко С.О., Методологічні основи ефективного використання ресурсів підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 6 (17). URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/47.pdf.

2. Мельник О.М. Ресурси підприємства: концептуальні аспекти системи управління в умовах стійкого розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Випуск 23, частина 2. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/5.pdf.

3. Гринько Т.В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. № 3. С. 94-97.

14. Вплив штучного інтелекту на розвиток інноваційних технологій у харчовій промисловості

Юрій Клягін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблема забезпечення людства безпечною та якісною їжею є однією з найактуальніших у XXI столітті. Зростання населення планети, зміна клімату та інші фактори роблять необхідним пошук нових шляхів розвитку харчової промисловості. Одним із перспективних напрямів вирішення цієї проблеми є використання штучного інтелекту (ШІ). ШІ може допомогти вдосконалити всі ланцюжки виробництва харчових продуктів – від вирощування сировини до переробки та зберігання.

Матеріали і методи. Досліджуються можливості використання ШІ для розробки нових сортів сільськогосподарських культур, стійких до хвороб і шкідників; оптимізації процесів переробки харчових продуктів; створення нових продуктів харчування з покращеними характеристиками; розробки систем прогнозування та запобігання псуванню продуктів харчування.

Результати. Дослідження показали, що впровадження ШІ-технологій може призвести до значного збільшення урожайності сільськогосподарських культур. За різними оцінками, зростання може сягати 10-20%. ШІ-системи аналізують дані про ґрунт, погоду, стан посівів та інші фактори, щоб дати фермерам чіткі рекомендації щодо того, коли, де і в яких кількостях вносити добрива та пестициди. Це дозволяє їм максимально використовувати потенціал ґрунту та рослин, уникаючи при цьому надмірного використання хімічних речовин, що шкодить довкіллю та здоров'ю людей. Також проводять моніторинг стану посівів, відстежують появу шкідників і хвороб, а також прогнозують ризики пошкодження врожаю. Завдяки цьому фермери можуть вчасно вживати заходів для захисту своїх культур, мінімізуючи втрати.

ШІ-алгоритми використовуються для аналізу генетичних даних і селекції нових сортів, які мають стійкість до типових для певного регіону хвороб і шкідників. Це дозволяє їм рости без використання хімічних засобів захисту, що робить продукцію екологічно чистою.

Впровадження ШІ в харчовій промисловості може допомогти вирішити проблему голоду і бідності в світі, зробити продовольчі системи більш стійкими до змін клімату та інших глобальних викликів. Потрібні додаткові дослідження, щоб краще зрозуміти потенціал та ризики використання ШІ в харчовій промисловості. Важливо розробити стандарти та рекомендації щодо безпечного та етичного використання ШІ-технологій.

У цілому ШІ має значний потенціал для трансформації харчової промисловості та вирішення багатьох проблем, з якими вона стикається. Важливо використовувати ШІ відповідально та етично, щоб максимізувати його користь для людей і планети.

Висновки. Використання ШІ може стати ключовим фактором у вирішенні проблем харчування людства у XXI столітті. ШІ допомагає оптимізувати ланцюжки поставок, прогнозувати попит, розробляти нові методи зберігання, автоматизувати контроль якості та відстеження продуктів.

Література

1. Аграрії майбутнього: як штучний інтелект змінює сільське господарство. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/stucnij-intelekt-v-silskomu-gospodarstvi-oglad-tehnologij>.
2. Як штучний інтелект використовується в харчовій промисловості. URL: http://www.tfs.com.ua/list_articles/work_articles/intel/intel.
3. ШІ може допомогти вирішити проблему голоду в світі. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/science/2013/07/130729_feed_humankind_dt.

Науковий керівник – проф. Бурлуцька С.В.

15. Оцінка ефективності функціонування внутрішнього середовища підприємства

Софія Коваленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Методом оцінки ефективності функціонування внутрішнього середовища підприємства є комплексний аналіз фінансового та майнового стану, який передбачає визначення економічного потенціалу суб'єкта господарювання, дає змогу ідентифікувати його місце в економічному середовищі, а також створює інформаційну базу для прийняття різноманітних внутрішніх управлінських і фінансових рішень.

Матеріали і методи. Під час проведення дослідження було використано методи порівняння, систематизації та узагальнення даних.

Результати. Поняття «фінансовий і майновий стан підприємства» розглядається як результат взаємодії всіх елементів внутрішнього середовища, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників й індикаторів, які відображають наявність, розміщення і використання економічних, майнових, трудових та інших ресурсів суб'єкта господарювання. Характеризуючи фінансовий і майновий стан, здебільшого спираються на індикативну основу, яка встановлює ефективність взаємодії ключових чинників внутрішнього середовища організації (наявних економічних ресурсів), хоча в сучасному ринковому середовищі зовнішні фактори можуть спричинювати істотний (інколи визначальний) вплив на фінансово-економічну позицію підприємства [1].

Найчастіше виділяють п'ять груп показників за такими напрямками аналізу [2]:

1. Аналіз ліквідності та платоспроможності. Показники цієї групи дозволяють визначити здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями, використовуючи наявні ресурси.

2. Аналіз ділової активності. Основною передумовою проведення даного аналізу є те, що першочерговим завданням, яке стоїть перед керівниками підприємств, є використання комплексу заходів, що забезпечить зростання рівня активності підприємства на ринках капіталу, товарів, робочої сили і дасть змогу підвищити рівень їх конкурентоспроможності. Саме цей аналіз відображає, які зміни необхідно здійснити на підприємстві з метою підвищення ефективності його функціонування в короткостроковій перспективі.

3. Аналіз фінансової стійкості. Дає змогу оцінити склад і динаміку співвідношення джерел фінансування. Аналіз базується на тому, що джерела коштів відрізняються за рівнем собівартості, ступенем доступності, рівнем надійності, ступенем ризику тощо.

4. Аналіз рентабельності. Показники цієї групи використовують для оцінки загальної ефективності роботи наявних усередині підприємства ресурсів.

5. Аналіз майнового стану. Його реалізація передбачає застосування комплексу дій щодо визначення ступеня ефективності наявних у господарюючого суб'єкта технологій, а також використання і управління основними фондами підприємства.

Висновки. Оцінка фінансового і майнового стану є універсальним засобом визначення ефективності функціонування внутрішнього середовища підприємства. Слід пам'ятати, що на фінансовий та майновий стан суб'єкта господарювання впливає рівень збалансованості окремих структурних елементів його внутрішнього середовища, а також рівень ефективності їх організації. Оптимізація фінансового та майнового стану є однією з головних умов успішного розвитку господарюючого суб'єкта в майбутньому. Водночас кризовий фінансовий та майновий стан підприємства свідчить про серйозну загрозу настання його банкрутства.

Література

1. Мягких І.М. Оцінка використання ресурсного потенціалу підприємств України в ринкових умовах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 33. С. 199-203.

2. Бугас Н.В., Костюк Г.В. Аналіз та оцінка ділової активності підприємств. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 2.

Науковий керівник – Кутас О.О.

16. Стратегічні проблеми складування

Софія Коваленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Будучи ключовим компонентом логістичного ланцюга, складське господарство відіграє важливу роль у забезпеченні ефективної роботи та конкурентоспроможності підприємств.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження було використано наукові доробки сучасних вчених, а також методи аналізу, систематизації, узагальнення даних.

Результати. В міру того, як ринкова ситуація стає дедалі складнішою та розвивається технологія, продовжують з'являтися нові стратегічні виклики та проблеми, які вимагають уваги та розгляду. Одним із стратегічних завдань є мінімізація витрат на управління складом та оптимізація використання просторових ресурсів. Стрімке зростання обсягів товарів і нестабільність попиту зумовлюють необхідність пошуку нових технологій і стратегій ефективного управління складом.

Друге питання, яке варте уваги, це необхідність розробки стратегії управління запасами та оптимізації поставок. Встановлення балансу між витратами на складування та рівнем запасів вимагає ретельного аналізу ринкових умов і гнучкого підходу до управління запасами.

Третім важливим питанням є розробка гнучких стратегій складування, здатних реагувати на зміни попиту та ринкових умов. На сучасному ринку, що швидко змінюється, важливо вміти вчасно реагувати на зміни та адаптувати стратегії управління складом до нових ситуацій.

Четверте питання – це інформаційне забезпечення та автоматизація управління роботою складу. Впровадження сучасних систем автоматизації та підвищення рівня інформаційного забезпечення дозволять забезпечити ефективність і точність управління складом.

Враховуючи важливість питань стратегічного складування, їх взаємозв'язок з іншими ланцюгами постачання та логістичними процесами також заслуговує на увагу. Наприклад, ефективне управління складом може допомогти скоротити час циклу доставки та покращити обслуговування клієнтів.

Крім того в контексті стратегічних питань складування важливо також розглянути питання стандартизації та оцінки якості складських процесів. Упровадження стандартів і систем контролю якості допоможе забезпечити однаковий рівень обслуговування клієнтів і оптимізувати витрати на управління складом.

Нарешті, не можна ігнорувати вплив факторів навколишнього середовища на стратегічні питання складування. Через вимоги збалансованого розвитку сучасних підприємств все більшого значення набуває забезпечення екологічності та сталого розвитку складських процесів.

Висновки. Таким чином, вирішення стратегічних питань складування вимагає всебічного та багатогранного розгляду, включаючи технічні і технологічні аспекти, а також організаційне управління та сталий розвиток.

Література

1. Костюченко Л.В. Методологія стратегічного аналізу логістичної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/58.pdf.

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

17. Основні принципи формування команди та ролі в команді стартапу

Дмитро Кутас, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Більшість розробників стартап-проектів вважають наявність оригінальної ідеї своїм ключовим фактором успіху. Проте відсутність поруч людей, які здатні не лише повністю зрозуміти сутність ідеї автора, а й максимально ефективно реалізувати її, незважаючи на наявність різного роду перепон та несприятливих факторів, загрожує тим, що стартап-проект взагалі може не відбутися. Тому формування злагодженої команди є чи не найголовнішим питанням для успішного розвитку стартап-проекту.

Матеріали і методи. Використано методи аналізу, порівняння, систематизації та узагальнення. Методичною основою є дані вітчизняних та зарубіжних компаній.

Результати. Команда (від лат. *commando* – «доручаю», «наказую») – це об'єднання однодумців, які керуються спільною метою. Команда стартапу на початкових етапах зазвичай складається з друзів та однодумців, але з розвитком проекту та зростанням масштабів його реалізації постає потреба у залученні професіоналів у різних сферах (маркетинг, фінанси, продажі, операційна діяльність, залучення інвестицій тощо).

Основні принципи формування команди стартапу:

1) доповнення навичок. Кожен член команди має володіти унікальними навичками та досвідом, які доповнюють один одного. Це допоможе створити згуртовану команду, де кожен може зробити свій внесок;

2) спільні цінності. Важливо, щоб усі члени команди поділяли спільні цінності та бачення майбутнього стартапу. Це допоможе їм працювати разом злагоджено та йти до спільної мети;

3) відкрита комунікація. Команда стартапу має бути ґрунтуватися на відкритій та чесній комунікації. Це допоможе уникнути непорозумінь, розвивати довіру та приймати найкращі рішення для проекту;

4) взаємна повага. Кожен член команди має поважати інших, їхні думки та ідеї. Це створить атмосферу, де кожен буде відчувати себе цінним і зможе вільно висловлюватися;

5) гнучкість. Стартапи динамічні, тому важливо, щоб команда була гнучкою та готовою до змін. Це допоможе її членам адаптуватися до нових умов та вчитися на своїх помилках.

У команді стартапу її члени виконують наступні ролі:

1. Лідер. Відповідає за місію, стратегію та прийняття ключових рішень, мотивує команду та веде її до успіху.

2. Технічний директор. Відповідає за розробку продукту і технологічну інфраструктуру стартапу.

3. Маркетолог. Відповідає за просування продукту та залучення клієнтів.

4. Фінансовий директор. Відповідає за управління бюджетом, фінансування та інвестиції.

5. Операційний директор. Відповідає за щоденну роботу стартапу, логістику та адміністративні завдання.

Висновки. Формування команди стартап-проекту – це складний процес, від результативності якого залежить успіх проекту. Враховуючи обмеженість ресурсів на початкових етапах реалізації ідеї, до питання кількості людей у команді потрібно підходити виважено та збільшувати її за потребою. Важливо пам'ятати, що немає чіткого поділу ролей, і кожен член команди може виконувати кілька функцій. Найголовніше – це злагоджена робота команди та спільне прагнення до успіху.

18. Характеристики життєвого циклу проєкту

Дмитро Кутас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розробка проєкту як проміжок часу з моменту його появи до моменту закінчення може бути представлена у вигляді циклу, який складається з окремих фаз, стадій та етапів. Змінюючи один одного у часі, вони характерні для будь-якого проєкту незалежно від його виду, складності та обсягу здійснюваних робіт.

Матеріали і методи. Використані методи аналізу, синтезу, узагальнення та системного підходу.

Результати. Життєвий цикл проєкту – це набір, як правило, послідовних його фаз, назви та кількість яких визначаються потребами в управлінні та контролі організації чи організації, залучених до проєкту, характером самого проєкту та його прикладною областю.

Життєвий цикл проєкту може визначатися або формуватися унікальними аспектами організації, галузі промисловості або технології, що використовується. Оскільки кожен проєкт має певний початок і кінець, то конкретні результати та дії, що мають місце в цьому проміжку, широко варіюються для кожного проєкту.

Життєвий цикл забезпечує базову структуру управління проєктом, незалежно від включених до нього конкретних робіт. Проєкти розрізняються за розміром та складністю. Незалежно від розмірів та ступеня складності, всі проєкти можуть бути представлені у вигляді життєвого циклу з наступною структурою: 1) початок проєкту; 2) організація та підготовка; 3) виконання робіт проєкту; 4) завершення проєкту [1].

Ця узагальнена структура життєвого циклу часто згадується при обміні даними з вищим керівництвом чи іншими органами, які менш обізнані про деталі проєкту. Дане уявлення високого рівня може дати основу для порівняння проєктів, навіть якщо вони різноманітні за своєю природою.

Узагальнена структура життєвого циклу відображає наступні характеристики:

- вартість та залучення персоналу в проєкт невеликі на початку, досягають пікового значення в міру виконання робіт та стрімко падають на етапі завершення проєкту;
- вплив зацікавлених сторін проєкту, ризик та невизначеність мають найбільші значення на початку проєкту. Ці чинники зменшуються протягом реалізації проєкту;
- здатність впливати на кінцеві характеристики продукту проєкту без істотного впливу на вартість має найвище значення на початку проєкту та зменшується у міру просування проєкту до завершення. Вартість змін та корекції помилок, як правило, істотно зростає з наближенням до завершення проєкту.

У контексті узагальненої структури життєвого циклу менеджер проєкту може визначити потребу більш ефективного контролю за проміжними результатами. Зокрема, такий додатковий рівень контролю може знадобитися для великих і складних проєктів. У деяких випадках роботи, які виконуються для досягнення мети проєкту, можуть виграти за рахунок їх формального поділу на фази.

Висновки. Фази проєкту – це окремі частини в рамках проєкту, які потребують додаткового контролю для ефективного управління досягненням основного результату проєкту. Фази проєкту зазвичай виконуються послідовно, але в деяких випадках можуть перекриватися.

Література

1. Посібник із Зведення знань з управління проєктами (Посібник PMBOK®). Четверте видання. 2008. 463 с.

Науковий керівник – проф. Бурлуцька С.В.

19. Ефективне управління інвестиціями як ресурсним потенціалом підприємства

Вячеслав Левченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інвестиції як ресурсний потенціал підприємства грають важливу роль у розвитку бізнесу і забезпеченні його стійкості та конкурентоспроможності. Формування інвестиційної привабливості підприємства знаходиться під дією великої кількості факторів, що мають різний ступінь впливу на її підвищення чи зниження, тому важливим є розуміння їх змісту, складу і наслідків впливу.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є теоретичні здобутки вчених і аналітичні огляди експертів за обраною тематикою, які були опрацьовані загальнонауковими методами пізнання (аналізу, синтезу, класифікації, узагальнення).

Результати. Найчастіше в науковій спільноті фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємств поділяють на дві групи з точки зору здатності останніх здійснювати такий вплив прямо чи опосередковано (не мати впливу взагалі), залежно від середовища її формування: внутрішні та зовнішні. Їх склад є доволі типовим, хоча модифікується (доповнюється, об'єднується) дослідниками і в деяких випадках може налічувати десятки факторів. У роботі [1] зустрічаємо вдалу спробу об'єднати їх на підгрупи всередині обох груп, де до зовнішніх факторів віднесено географічні, політичні, грошово-кредитні, екологічні, правові, демографічні, фактори взаємодії інвестора з державою, а до внутрішніх – фінансові, комерційні, трудові, фінансові, інноваційні, споживачі та фактори конкурентоспроможності.

Група зовнішніх факторів визначає інвестиційний клімат, що впливає на активність інвестиційної діяльності підприємства, проте в більшості наукових доробок акцент робиться на інвестиційному кліматі держави, залишаючи поза увагою його оцінку на рівні регіону та галузі. Її результати можуть суттєво змінити рішення інвесторів, особливо в контексті війни в Україні, коли регіональні і галузеві аспекти ведення бізнесу по-різному, іноді кардинально відрізняються залежно від перебігу воєнних дій. Наприклад, збитки в харчовій промисловості протягом I півріччя війни, за підрахунками експертів KSE [2], склали 12,8% у загальній сумі збитків промислових підприємств, у фармацевтиці – 0,7%, активи в металургії зруйновані майже повністю, що вже зараз поставило підприємства цих галузей у різні умови стосовно обсягів інвестицій на відновлення виробничих потужностей і термінів їх окупності з огляду на потенціал нарощення прибутковості, рішень щодо їх реконструкції на прифронтових чи нових територіях тощо. Група внутрішніх факторів є менш вагомою за масштабами впливу на інвестиційну привабливість підприємства, ніж зовнішніх, проте саме їх воно здатне контролювати та змінювати на власну користь задля приваблення сторонніх інвестицій у подальший розвиток. Управлінню цими факторами та зменшенню їх негативного впливу приділяється основна увага як науковцями, так і практиками.

Висновки. Врахування якомога більшої кількості репрезентативних факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства надасть інвесторам якісну інформаційну базу для прийняття рішень і зменшить ризики інвестування.

Література

1. Китайчук Т.Г. Інвестиційна привабливість: теоретичний аналіз та впливові фактори. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-65> (дата звернення: 08.03.2024).
2. Мороз М., Бондаренко Є. Збитки промисловості через війну. Вокс Україна: вебсайт. 27 вересня 2022. URL: <https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu> (дата звернення: 08.03.2024).

20. Сутність та види стилів управління

Ольга Ляковська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Стили управління в науково-навчальній літературі визначають як підходи, методи та стратегії, які керівники використовують в управлінні командою або організацією.

Матеріали і методи. Найбільш поширені стилі управління виокремив німецько-американський психолог Курт Левін: авторитарний, ліберальний та демократичний. Мета даного дослідження – на основі узагальнення інформації в літературних джерелах (статтях, монографіях, навчальних посібниках) описати кожний з вище названих стилів управління.

Результати. Кожен зі стилів управління має елементи заохочення і покарання. Вибір стилю залежить від конкретних обставин, тому важливо вміти адаптувати свій підхід до управління та до конкретної ситуації.

Авторитарний стиль передбачає централізацію влади в руках одного менеджера. Він доречний тоді, коли потрібно швидко ухвалити рішення. Проте цей стиль має чимало недоліків. Наприклад, він негативно впливає на відносини в колективі, може провокувати виникнення конфліктів та недовіру між співробітниками, також працівники не мають права голосу. Найбільш відомий представник цього стилю – Генрі Форд.

Ліберальний стиль – протилежність авторитарному стилю. Ліберальний стиль цінує індивідуальні права, свободу та автономію на робочому місці. Він зосереджений на створенні позитивного робочого середовища, де працівники мають можливість приймати рішення, висловлювати власну думку та робити внесок у загальний успіх організації. Можна сказати, що цей стиль заохочує спілкування та створює повагу і довіру між співробітниками. Вагомими недоліками цього стилю є відсутність достатнього контролю над працівниками, структурованості та чіткості в робочому процесі. Тому для успішної роботи важливо знаходити баланс між свободою та контролем, а також забезпечувати необхідну структурованість у вирішенні завдань. В Україні ліберального підходу дотримується компанія TheMakeApp.

Демократичний стиль має наступні переваги: залучення співробітників, зменшення конфліктів, мотивація персоналу. Серед недоліків цього методу ми можемо виділити тривале прийняття рішень, ризик фрагментації, відсутність єдиноначальності. Серед українського бізнесу демократичний стиль управління має DS Aqua Service. Також цей стиль може застосовуватися в підрозділах великих корпорацій: Google, Microsoft, Apple, навіть якщо основа авторитарна.

Висновки. Отже, кожен зі стилів управління має свої переваги та недоліки. Найдоцільнішим буде міксування різних стилів управління, адже перед кожним менеджером чи керівником має стояти питання вдосконалення стилю управління для професійного розвитку членів колективу та для досягнення цілей підприємства.

Література

1. Перерва І.М. Стили керівництва та їх місце в управлінні діяльністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. №2. С. 241-248.
2. Інтерв'ю Віри Романової: «Диктатор, ліберал чи демократ: який стиль управління персоналом обрати». URL: <https://www.oschadbank.ua/blog/dyktator-liberal-chy-demokrat-yakyy-styl-upravlinnya-personalom-obraty>.

Науковий керівник – доц. Якимчук Т.В.

21. Метод Карнегі для прийняття управлінських рішень: переваги та пастки

Єлизавета Мезінова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Процес прийняття управлінських рішень є основою управління. Він є виявленням проблеми, яка потребує вирішення, і безпосереднім вирішенням проблеми.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження використовувалися методи аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення.

Результати. Менеджери використовують різні методи прийняття управлінських рішень, що залежать від низки факторів: характеру проблеми, зовнішніх умов, особистої думки тощо. При прийнятті рішення порівнюють усі можливі альтернативні варіанти та вибирають з них найбільш оптимальний.

Так звана група Карнегі, що складалася з учених університету Карнегі-Меллон, після низки досліджень дійшла висновку, що остаточний вибір управлінського рішення відбувається за згодою групи менеджерів – згодою їх коаліції. Коаліцією в організації називають об'єднання декількох менеджерів на основі розуміння цілей та основних її проблем.

Причинами створення коаліції є те, що:

а) стратегічні цілі організації чітко не описані, а оперативні цілі відділів та підрозділів не співпадають і відрізняються між собою. Це призводить до значних розбіжностей у поглядах на пріоритетність вирішення проблем організації;

б) обмеженість або відсутність інформації для вирішення проблеми;

в) людський фактор – здібності самих менеджерів, що не дозволяють комплексно оцінити проблеми організації (нестача часу для опрацювання великої кількості інформації, інтелектуальні здібності тощо).

При використанні методу Карнегі для прийняття управлінського рішення коаліція використовує три етапи:

- спільна ідентифікація проблеми з вибором критеріїв і можливих наслідків прийнятого управлінського рішення;

- формування та прийняття рішення, що підтримується членами коаліції;

- реалізація прийнятого рішення з контролем його виконання та зворотнім зв'язком.

Коаліція дозволяє сформулювати єдину думку про пріоритетні проблеми на основі спільного обговорення ситуації та збирання інформації. В результаті управлінське рішення, прийняте коаліцією, підтримується всіма зацікавленими сторонами.

Прийняття рішення коаліцією може мати і негативні наслідки.

Перший: якщо не було запропоновано ефективного варіанта при обговоренні проблем, коаліція приймає те рішення, що сприймається як задовільне.

Другий: через брак часу перевага може бути надана швидким рішенням.

Третій: процес дискусії та пошуку оптимального рішення займає велику кількість часу, що впливає на оперативність вирішення задач.

Висновки. Метод Карнегі звертає увагу на те, що об'єднання менеджерів може приймати такі рішення, які підтримуються всіма зацікавленими сторонами і є реалістичними для виконання. Залученість у процес колективного прийняття рішення сторін, що не можуть знайти спільну мову поодиночі, має важливу роль. Це дозволяє розглянути проблему комплексно, сприяє зацікавленості у результаті та мотивує учасників управлінського процесу докладати максимум зусиль для його досягнення.

Науковий керівник – доц. Дунда С.П.

22. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств харчової промисловості

Вікторія Мірошник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках.

Матеріали та методи. Дослідження проводилося за допомогою загальнонаукових методів, зокрема системного аналізу та узагальнення.

Результати. Зовнішньоекономічні операції складаються із сукупності економічних, валютно-фінансових, організаційно-правових, технічних дій щодо здійснення міжнародної комерційної діяльності. Міжнародна комерційна діяльність включає певну послідовність операцій зі здійснення міжнародного обміну товарами і послугами.

Для здійснення міжнародного обміну товарами та послугами необхідно визначити з-поміж потенційних покупців найкращого контрагента, провести з ним переговори, за результатами яких стане можливим укладання з ним угоди про купівлю-продаж на визначених умовах, а потім виконати всі зобов'язання за цією угодою. Всі перелічені вище дії контрагентів мають комерційний характер та при здійсненні правочину з іноземними контрагентами розглядаються як зовнішньоекономічна діяльність компанії.

Для здійснення угод між іноземними контрагентами існують певні організаційно-економічні та правові механізми на національному та міжнародному рівнях, відповідно до яких контрагенти вестимуть взаємовигідну співпрацю.

Предметом і методом наукового управління ЗЕД є вивчення закономірностей формування та функціонування різних систем, принципів, функцій, форм і методів організації зовнішньоекономічної діяльності як на макро-, так і на мікрорівні, її інформаційне, матеріально-технічне та кадрове забезпечення.

Методи управління у сфері ЗЕД мають відмінності на макро- та мікрорівнях. На макрорівні, тобто на рівні державного регулювання ЗЕД, прийнято виділяти дві групи методів – економічні та адміністративні (організаційно-розпорядчі).

У ринковій економіці держава повинна віддавати пріоритет економічним методам і вдаватися до адміністративного впливу лише в особливих ситуаціях. На мікрорівні до двох зазначених методів додається третя група – соціально-психологічні методи, тобто способи безпосереднього впливу на людину з метою стимулювання ефективності її діяльності, підвищення якості роботи.

Висновки. Усі групи методів повинні використовуватися керуючими структурами при впливі на об'єкти управління в гармонійному поєднанні.

Література

1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства: навч. посіб. / [М.П. Денисенко, В.А. Панченко, О.І. Шапоренко, В.І. Федорак]. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 435 с.

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

23. Розвиток видів транспорту під впливом Першої світової війни

Дарина Мординська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Період Першої світової війни, яка тривала з 1914 по 1918 рік, значно вплинув на розвиток видів транспорту. Конфлікт призвів до значних змін у виробництві, технологічному прогресі, а також вплинув на інфраструктуру та організацію транспорту. Зростання потреб у перевезенні військового обладнання, військовиків, зброї та інших ресурсів призвело до модернізації різних видів транспорту. З'явилися нові типи вантажних автомобілів, залізничних вагонів, транспортних літаків.

Матеріали і методи. Під час дослідження було використано методи узагальнення та синтезу отриманої інформації.

Результати. Морський транспорт. Перша світова війна суттєво змінила військово-морську стратегію і технології. Виникла потреба в більш ефективних водозапісних апаратах, ескадрених міноносцях і транспортних суднах. Ці технічні вдосконалення також вплинули на розвиток торгового флоту. Один з яскравих прикладів змін у транспорті під час Першої світової війни – це судна «Ліберті». Судна «Ліберті» були типом великих транспортних суден, спеціально розроблених для задоволення потреб у транспортуванні військового обладнання та матеріалів між Сполученими Штатами, Великою Британією та іншими союзниками. Основна мета – забезпечити швидке перевезення вантажів через Атлантичний океан.

Залізничний транспорт. Збільшення потреб у транспортуванні військових вантажів призвело до розширення та модернізації залізничної мережі. Розвиток нових технологій, таких, як транспортні локомотиви, покращив ефективність та швидкість перевезення. Одним із прикладів новинок залізничного транспорту під час Першої світової війни є «санітарні потяги». Ці потяги були спеціально обладнані для евакуації поранених та хворих військових з фронту до лікувальних закладів. Відповідно до медичних потреб, вагони були обладнані ліжками, медичним обладнанням, аптечками та іншими необхідними засобами для надання першої медичної допомоги.

Авіація. Перша світова війна спонукала розвиток авіації у якості стратегічного та тактичного засобу. З'явилися нові типи військових літаків – винищувачів та бомбардувальників. Це також призвело до зростання інтересу до цивільної авіації та підготовки пілотів. Один із прикладів військового літака, який здобув широке визнання під час Першої світової війни, – це Sopwith Camel. Sopwith Camel був британським військовим одномісним біпланом, призначеним для ведення повітряних боїв. Цей літак став одним з найкращих винищувачів періоду Першої світової війни.

Автомобільний транспорт. Залучення великої кількості автомобілів у війні сприяло розвитку автомобільної промисловості та технічного прогресу. Військові вимоги також дали поштовх до вдосконалення дизельних двигунів і конструкції вантажівок. Один із прикладів важкої вантажівки, яка використовувалася в армії під час Першої світової війни, – це автомобіль Holt 75. Він був артилерійським тягачем, призначеним для перевезення важких артилерійських гармат на поле бою.

Висновки. У цілому Перша світова війна значно вплинула на розвиток транспортної галузі, яка адаптувалася до вимог воєнного часу. Багато технологічних та організаційних нововведень, впроваджених під час війни, залишалися актуальними і після неї, сприяючи подальшому розвитку транспортного сектора у міжвоєнний період.

Науковий керівник – доц. Реніч Т.А.

24. Новітні технології забезпечення харчової безпеки

Артем Поліщук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблеми харчової безпеки стають усе більш актуальними. На сьогоднішній день існують різноманітні технології та розробки, що сприятимуть вирішенню даних викликів [1].

Матеріали і методи. Для конструктивного та систематичного вирішення такої проблеми необхідно мати науково-дослідницьке підґрунтя. За основу були взяті винаходи та технології, які ще знаходяться на стадії активного виробництва, та розробки, що відповідають сучасним вимогам харчування.

Результати. На сьогоднішній день у виробництві перебуває досить широкий спектр технологій. Однією з найбільш перспективних та широко розповсюджених технологій є вертикальне фермерство. Головне завдання даної технології – мінімізація займаного простору, який задіяний у традиційному фермерстві. Дана технологія дозволяє скоротити необхідну площу із забезпеченням стабільного виробництва, навіть в умовах міського середовища. Досить схожою технологією є такий тип гідропоніки, як аеропоніка. Це різновид технологій, який дозволяє вирощувати рослини без ґрунту з максимально ефективним використанням простору та води з перспективами забезпечення високої урожайності навіть в обмеженому просторі [2].

Однією з новітніх технологій, яка сьогодні знаходиться на стадії активної розробки, є дослідження альтернативних та новітніх джерел білка. Білок є одним з найважливіших компонентів, необхідних людині. Інвестиції у дослідження синтетичних продуктів та альтернативних джерел білка дозволяють розширити асортимент харчових продуктів та зменшити навантаження на природні ресурси.

Досить прогресивним та відносно новим методом у даному напрямку є використання штучного інтелекту. Використання алгоритмів машинного навчання для аналізу даних про урожайність, погодні умови та фактори забезпечення ефективного управління сільськогосподарськими процесами є найперспективнішим напрямком дослідження в сучасних умовах забезпечення харчової безпеки суспільства.

Технологією, яка в майбутньому набуде широкого вжитку, є друкування їжі. Ця технологія дозволить створювати їжу з різних інгредієнтів за допомогою спеціальних пристроїв. Такий підхід може стати прогресивним рішенням для надання доступу до харчів у важкодоступних місцях.

Висновки. Отже, сучасні технології мають вирішити досить серйозні питання, які зараз виникають у людства стосовно забезпечення харчової безпеки. На сьогоднішній день ця проблематика набула гострої актуалізації та потребує серйозних наукових досліджень серед академічної спільноти.

Література

1. Бурлуцька С.В., Рекова Н.Ю. Стратегія забезпечення пружності сталого розвитку національної економіки: теорія та практика: монографія. Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016. 320 с.

2. Берник І.М., Новгородська Н.В., Соломон А.М., Овсієнко С.М., Бондар М.М. Інноваційні технології харчових виробництв: монографія. Вінниця: Видавець ФОП Кушнір Ю.В., 2022. 300 с.

Науковий керівник – проф. Бурлуцька С.В.

25. РАЕІ – ідеальний менеджер

Ліля Ситенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ідеального менеджера в природі не існує: одній особі не під силу впоратися зі складним процесом менеджменту. Однак можна створити команду, кожен учасник якої доповнюватиме один одного за стилями управління. Засновник і директор міжнародної консалтингової компанії Іцхак Адізес, один із провідних світових фахівців щодо підвищення ефективності компаній і урядових структур через фундаментальні перетворення, запропонував свій підхід до вирішення проблем управління.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження використовувалися методи аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення.

Результати. І. Адізес розглядає управління організаціями в контексті чотирьох функцій, які повинен виконувати менеджмент і які визначають та формують систему діяльності будь-якої організації – Р.А.Е.І. Це абревіатура, що позначає основні потреби будь-якої організації і відповідні основні види управлінської діяльності:

- Producing (виробництво). Перша і найважливіша функція, яку менеджмент повинен виконувати – це виробництво продукції чи надання послуг, заради чого й існує будь-яка організація;

- Administrating (адміністрування). Функція потрібна для забезпечення чіткості, порядку, контролю в системі роботи організації. Адізес підкреслює, що завдання Адміністратора – забезпечити ефективність діяльності організації як системи у короткостроковій перспективі;

- Entrepreneuring (підприємництво). Мета цієї функції – аналіз змін навколишнього середовища, значущих для організації, планування та визначення вектора розвитку з урахуванням цих змін;

- Integrating (інтегрування). Якщо ця функція виконується, люди працюють як одна команда і можуть впоратися з будь-яким завданням. Задача Інтегратора полягає в заохоченні потреби у взаємодії та формуванні команди.

Щоб називатися менеджером за підходом РАЕІ, необхідно добре виконувати 1-2 ролі і задовільно справлятися з іншими. Тобто в коді менеджера не повинно бути «прогалин». Посадження різних ролей і якість їх виконання породжують різні стилі управління. На думку Адізеса, немає керівників з одночасно розвинутими всіма функціями-ролями. Для успішного функціонування організації важлива представленість усіх функцій у її менеджменті в цілому, а характеристики кожного керівника повинні відповідати його сфері діяльності.

Висновки. Хоча ідеального менеджера не існує, це не означає, що ніхто не управляє. Менеджер – той, хто здатний об'єднувати відмінності і згуртувати команду. Методологія І. Адізеса допомагає організаціям усього світу досягати гідних результатів і завойовувати провідні позиції в різних галузях, в тому числі на підприємствах харчової промисловості.

Література

1. Попова Ю.А., Фудорова О.М. Іцхак Адізес: сучасні ідеї та підходи до управління організацією. Матеріали VII Інститутської науково-практичної конференції «Особливості сучасного менеджменту та економіки: співвідношення теорії та практики», 17 грудня 2020 р. / за ред. О.М. Фудорової. Херсон: ФОП Вишимирський В.С., 2020. С. 77-82.

Науковий керівник – доц. Дунда С.П.

26. Особливості функціональної сфери транспортування ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат»

Єлизавета Сіонська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. До швидкопсувних вантажів відносять морепродукти, м'ясо, ікру, яйця, ягоди, фрукти та овочі, ковбасні та сирні вироби, масло, маргарин, майонез та інші. Транспорт, який використовується для перевезення швидкопсувних вантажів, повинен забезпечувати безумовне дотримання необхідних параметрів (температуру та вологість) у середині контейнера або кузова автомобіля.

Матеріали і методи. Під час дослідження було використано методи узагальнення та синтезу отриманої інформації.

Результати. ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» здійснює виробничу діяльність із виготовлення м'ясних виробів різних асортиментних груп, це зумовлює використання спеціалізованих транспортних засобів, адже м'ясні вироби належать до швидкопсувних вантажів і мають свої особливості у транспортуванні.

Швидкопсувні вантажі, зокрема сосиски та варені ковбаси, необхідно транспортувати за допомогою автомобільних рефрижераторів або автомобілів-фургонів з ізоtermічним кузовом. М'ясні та ковбасні вироби мають бути упаковані в індивідуальну упаковку, фасовані за вагою, передбаченою виробником.

Сосиски та варені ковбаси транспортують у картонній тарі, яка витримує певне навантаження. У ці ящики стелять спеціальну поліетиленову плівку, яка закриває дно та стінки тари, що потрібно для того, щоб конденсат, який утворюється на упаковці із заводу-виробника, не псував картонну упаковку товару. Сирокопчені, напівкопчені та копчені ковбаси укладаються в індивідуальній упаковці в картонну тару без укладання поліетиленової плівки.

У свою чергу картонні ящики укладаються на європалети та фіксуються стрейч-плівкою. Також на кожний ящик наноситься маркування, яке повідомляє про поводження з вантажем, який перевозиться.

Після укладання товару на палети та його палетизації відбувається процес навантажувальних робіт, який передбачає навантаження упакованого товару на борт автомобіля. Для вантажно-розвантажувальних робіт застосовують різноманітні пристрої та обладнання, однак у випадку з навантаженням та розвантаженням м'ясних та ковбасних виробів застосовують ручні або вилочні навантажувачі. У кузові автомобіля за необхідності можна використовувати спеціальні стяжки для кріплення вантажу.

Сферу транспортування на підприємстві регулює та контролює логістичний відділ, а забезпечує транспортну сферу парк власного та найманого автомобільного транспорту різної вантажопідйомності. На підприємстві малотоннажні транспортні засоби (3 т) використовуються для транспортування вантажів у межах міста, автомобілі середньої вантажності (10-15 т) використовуються для транспортування на середні відстані, а великовантажні автомобілі (25 т) використовуються для перевезення великих партій вантажу між містами або закордонних перевезень.

Висновки. Сфера транспортування на підприємстві досить розвинута та ефективно побудована, через що підприємству набагато легше досягати певних фінансових та економічних результатів, раціонально будувати логістичні системи, потоки та процеси, здійснювати логістичні і транспортні операції.

Науковий керівник – доц. Репіч Т.А.

27. Особливості та доцільність впровадження WMS-систем на підприємствах

Михайло Смиженко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі, де конкуренція на ринку надзвичайно висока, підприємства мають бути на крок попереду конкурентів у всіх аспектах своєї діяльності. Одним із ключових елементів успіху є ефективне управління складськими операціями. У цьому контексті інтеграція Warehouse Management System (WMS) стає стратегічною необхідністю для підприємств різних масштабів.

Матеріали і методи. Дослідження проводилося з використанням методів аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. Асортимент надання IT-послуг для індивідуального інтегрування систем управління різнотипними ресурсами (матеріальними, інформаційними, фінансовими, організаційними) на сьогоднішній день є досить широким [2]:

- CRM – Система управління відносинами з клієнтами;
- WMS – Система управління складом;
- ERP – Система автоматизації бізнес-процесів підприємства;
- SCM – Система управління ланцюгами поставок, управління суплай-чейном;
- ATS – Системи автоматизації рекрутингу;
- HRMS – Система управління людськими ресурсами, автоматизації HR-процесів;
- TMS – Системи автоматизації розвитку персоналу;
- LMS – Система управління навчанням;
- RPA – Роботизована автоматизація процесів;
- PMS – Системи управління проєктами;
- BI – Системи бізнес-аналітики;
- DMS – Системи управління документами;
- MES – Системи управління виробництвом;
- QMS – Системи управління якістю;
- ISMS – Системи управління безпекою інформації;
- SFA – Системи управління продажами;
- BPMS – Системи автоматизації процесів.

Одним з технологічних методів знизити собівартість продукції чи послуги без втрати якості є підвищення наступних елементів господарської діяльності організаційного, управлінського, складського та виробничого характеру за рахунок систем ключових базисних систем: CRM, WMS, SCM, ERP.

Особливістю функціонування наведених систем є їх узгоджена та своєчасна передача і обмін інформації в єдиному інформаційному просторі без регулярних зупинок на проведення інвентаризації та переоблік складських запасів різного рівня.

Література

1. Ринок автоматизації вантажно-розвантажувальних робіт у 2023 році: дослідження Vecna Robotics. Digital logistics forum 2023. URL: <http://surl.li/rjcet>.
2. Топ-10 ERP-систем для України. Live Business forum 2024. URL: <https://www.livebusiness.com.ua/tools/erp/>.

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

28. Управління прибутковістю підприємства

Михайло Смиженко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах постійних змін ринку і конкурентного середовища для досягнення позитивних фінансових результатів підприємства мають постійно вдосконалювати свою діяльність. Це передбачає формування стратегій та заходів, спрямованих на підвищення прибутковості підприємства в умовах динамічної зміни зовнішніх політико-економічних та існуючих еміграційних коливань на ринку України.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані інтернет-ресурси, науково-методична література, методи аналізу, синтезу та узагальнення наукових матеріалів.

Результати. Напрями управління прибутковістю підприємств передбачають:

- оптимізацію процесів виробництва чи збільшення потужності виробництва. Збільшення валового прибутку шляхом збільшення обсягів товарообігу є невід'ємною складовою економічної стратегії підприємства. Тому слід уважно відслідковувати та аналізувати динаміку продажів для забезпечення стабільності обсягів виробництва. Нагромадження нереалізованої продукції на складі негативно впливає на фінансові показники підприємства. Для його варто вжити заходів, що сприятимуть оптимізації товарообороту та мінімізації нерухомості капіталу (розпродажі чи зниження цін) [2];

- ефективне управління витратами (аналіз та оптимізація витрат на матеріали, працю та інші ресурси, впровадження програми енергоефективності для зменшення витрат на енергоносії). Цей напрям є найдорожчим з точки зору капітальних інвестицій на переоснащення та періоду окупності у стратегічній перспективі;

- розширення ринків збуту (розробка нових ринків збуту, вивчення та аналіз потреб ринку, розвиток стратегій маркетингу та продажу продукції в нових галузях). Цей напрям застосовують транснаціональні підприємства, які мають достатній рівень якості та потужності на виробництві;

- інновації та дослідження (інвестування в дослідження та розвиток нових продуктів або технологій, що можуть стати додатковим джерелом прибутку). Цей напрям застосовується при інтегруванні нового продукту в загальний асортимент;

- управління ризиками (аналіз та зменшення ризиків, пов'язаних із фінансовими операціями, валютними коливаннями та іншими факторами, що можуть впливати на прибутковість). Цей напрям є доступним для підприємств із високими показниками рентабельності капіталу, продукції, виробництва [1];

- розвиток персоналу (інвестування у навчання та розвиток персоналу, створення мотивуючої робочої атмосфери, що сприятиме підвищенню продуктивності праці);

- оптимізацію фінансових процесів (мінімізацію заборгованості, оптимізацію управління запасами, ефективне використання фінансових інструментів).

Ці заходи можуть бути впроваджені в комплексі або окремо, залежно від потреб та специфіки підприємства. Визначення більш прибуткового проєкту буде залежати від конкретних умов і потреб підприємства. Основні фактори, що можуть вплинути на прибутковість проєкту: ринкова потреба, рівень конкурентності, вартість проєкту, терміни. Враховуючи ці фактори, один із проєктів може бути більш привабливим.

Висновки. Підприємства можуть впроваджувати різноманітні проєкти залежно від їхніх стратегій, ринкових умов і потреб споживачів. Однак вони частіше спрямовані на оптимізацію виробництва, збільшення виробничої потужності, впровадження новинок.

Література

1. Князевич А.О. Управління стадіями життєвого циклу підприємств. URL: <http://surl.li/ncwwd>.

2. Чемчикаленко Р.А., Смолякова А.А. Напрями підвищення ефективності управління рентабельністю підприємства (на прикладі підприємств торгівлі). URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/50.pdf.

Науковий керівник – доц. Рибачук-Ярова Т.В.

29. Основні напрями підвищення ефективності функціонування промислового підприємства

Владислав Трибушко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективне функціонування промислових підприємств є ключовим чинником конкурентоспроможності та стійкості на ринку. В умовах сучасного глобалізованого світу промисловість стикається з численними викликами, зокрема зі зміною технологій, зростаючими вимогами споживачів і стрімкими змінами на ринку.

Матеріали і методи. Під час дослідження були використані інтернет-ресурси, методична і наукова література, а також методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати. У сучасному управлінні промисловими підприємствами існують кілька ключових факторів, які мають вирішальне значення для підвищення ефективності їх діяльності та конкурентоспроможності на ринку. Першим із них є *інноваційність*, що відображає здатність підприємства до постійного впровадження новаторських методів виробництва, технологій та ідей. Інноваційність стимулює розвиток нових продуктів, процесів та послуг, що дозволяє компаніям залишатися на швидкозмінному ринку і забезпечувати конкурентні переваги [1].

Оптимізація процесів. Передбачає постійне вдосконалення та управління виробничими процесами з метою зниження витрат, підвищення якості та забезпечення максимальної продуктивності. Ефективне управління процесами дозволяє підприємствам збільшувати ефективність та здатність прилаштування до змінних умов ринку. Виявлено, що оптимізація внутрішніх процесів через застосування методик Lean Manufacturing та Six Sigma сприяє значному збільшенню продуктивності та ефективності роботи підприємств.

Управління якістю. Включає систематичні підходи до контролю якості продукції та послуг, щоб гарантувати відповідність стандартам та очікуванням споживачів. Систематичний підхід до управління якістю, зокрема через впровадження міжнародних стандартів ISO, дозволяє підвищити задоволеність клієнтів та зменшити витрати через зниження кількості браку.

Стратегічне планування – це визначення мети та цілей підприємства на довгострокову перспективу. Розробка чіткої стратегії розвитку, що включає аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей, допомагає підприємствам адаптуватися до змін на ринку та визначити напрямки для інвестування ресурсів. Ефективне стратегічне планування допомагає підприємствам ефективно використовувати свої ресурси [2].

Цифрова трансформація. Охоплює впровадження новітніх технологій та цифрових інструментів для оптимізації процесів, покращення комунікації та підвищення ефективності роботи підприємства. Впровадження цифрових технологій у процеси виробництва та управління (наприклад, IoT, Big Data, AI) відкриває нові можливості для підвищення ефективності та створення цінності.

Розвиток людських ресурсів. Охоплює набір, розвиток та збереження кваліфікованих працівників, створення сприятливого робочого середовища і культури підприємства. Ефективний розвиток людських ресурсів забезпечує наявність кваліфікованих кадрів, мотивацію персоналу, здатність до інновацій та адаптації до змін.

Загальна інтеграція цих напрямків управління сприяє значному підвищенню ефективності промислових підприємств, їхній конкурентоспроможності на ринку та фінансовій стійкості.

Висновки. Ефективне управління промисловими підприємствами є ключем до їх конкурентоспроможності. Фактори успіху включають інноваційність, оптимізацію процесів, управління якістю, стратегічне планування, цифрову трансформацію та розвиток персоналу. Ці напрями є важливими для забезпечення стійкості підприємств у глобальному середовищі.

Література

1. Петренко О.А., Бондарчук О.В., Мазур В.В. Вплив інновацій на підвищення ефективності функціонування промислових підприємств. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5717>.

2. Шевченко І.В., Ковальчук О.С., Кравченко Т.В. Аналіз та удосконалення системи управління витратами на промислових підприємствах. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23954/1/S.18.pdf>.

Науковий керівник – доц. Рибачук-Ярова Т.В.

30. Створення умов для формування конкурентних переваг підприємств

Ілля Туболец, Ольга Кириченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств зумовлює об'єктивну необхідність розвитку теорії та практики управління конкурентоспроможністю та вдосконалення наукових підходів до формування конкурентних переваг як ефективного інструменту забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використані інтернет-ресурси, методична і наукова література, методи аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення.

Результати. Забезпечення ефективного функціонування та подальшого розвитку підприємств досягається за рахунок формування конкурентних переваг на ринку.

В основі більшості наукових досліджень [1] проблем формування конкурентних переваг суб'єктів господарювання є ресурсна концепція, яка передбачає забезпечення ефективного використання ресурсів підприємства зі специфічними або унікальними характеристиками, що відрізняються від аналогічних. Інші наукові підходи також мають місце при дослідженні забезпечення конкурентних переваг суб'єктів господарювання і характеризуються формуванням конкурентного середовища та факторами, які спрямовані на задоволення потреб споживачів.

У зв'язку з коливанням кон'юнктури споживчого ринку виникає необхідність проведення оцінки конкурентних переваг підприємств шляхом удосконалення механізмів їх формування.

У процесі реалізації конкурентних переваг підприємства повинні проводити оцінку реалізації конкурентних переваг. Зазначені аспекти також стосуються ресурсного потенціалу підприємств, оскільки формування конкурентних переваг здійснюється за рахунок ефективного використання товарних ресурсів, техніко-технологічного забезпечення, персоналу, капіталу, інновацій.

Найважливішим критерієм успішної діяльності підприємства в сучасних умовах є його конкурентоспроможність. Під конкурентоспроможністю підприємства будемо розуміти його здатність розробляти, виробляти і продавати свої товари ефективніше, ніж конкуренти.

За результатами проведених досліджень встановлено, що механізм формування конкурентних переваг підприємств зводиться до необхідності використання ресурсної концепції під час ідентифікації внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг. Забезпечення конкурентних переваг підприємств орієнтоване на задоволення потреб споживачів шляхом випуску якісної продукції та надання якісного сервісу. Під час формування механізмів забезпечення конкурентних переваг підприємств досліджують стан і перспективи розвитку внутрішньої торгівлі та споживчого ринку за економічними та ринковими показниками, враховують вплив державного регулювання. За рахунок ефективного формування та використання ресурсного потенціалу, а також розроблення напрямів його зростання, розробляють нові та посилюють наявні конкурентні переваги підприємств.

Необхідність оцінки конкурентних переваг підприємств полягає у визначенні оптимальних напрямів розвитку ресурсного потенціалу, що дає змогу розробити конкурентну стратегію, спрямовану на довготривалу перспективу та стабільне функціонування підприємств на ринку.

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства забезпечується його конкурентними перевагами – перевагами над конкурентами в економічній, виробничій, організаційній, соціальній, ринковій сферах діяльності.

Література

1. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку; Монографія. К.: Центр навчальної літератури, 2014. 807 с.

31. Класифікація видових проявів потенціалу підприємства

Олексій Шульган

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Забезпечення функціонування та розвитку підприємства, зміцнення конкурентоспроможності на ринку не можливі без оцінки поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу (П).

Матеріали і методи. Використано методи систематизації та узагальнення – для визначення класифікаційних ознак потенціалу та формулювання висновків.

Результати. У сучасних умовах господарювання, що характеризуються нестачею ресурсів, мінливістю попиту та пропозиції, нестабільністю цін на сировину, матеріали та готові товари, змінами в конкурентному середовищі та іншими факторами, для ефективного функціонування підприємства необхідними є постійна оцінка та розвиток потенціалу.

Потенціал як економічна категорія (походить від латинського *potentia* – «потужність, сила») являє собою наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення будь-чого.

Існують різні підходи до класифікації видових проявів потенціалу підприємства:

- за об'єктами дослідження: ресурсний підхід визначає П як сукупність ресурсів підприємства, оцінка яких здійснюється за вартістю їхнього залучення; результатна концепція розглядає П як здатність господарської системи освоювати, переробляти ресурси для задоволення суспільних потреб і створення певного результату; функціональний підхід розкриває П як сукупність функцій, які забезпечують реалізацію здібностей і можливостей; ресурсно-цільовий – характеризує П як сукупність ресурсів та здібностей щодо досягнення певних результатів, цілей;

- за ступенем використання можливостей: фактичний потенціал (поточний, реалізований, досягнений у даний момент) та перспективний потенціал (стратегічний, орієнтований на досягнення довгострокових цілей);

- за сферою реалізації: зовнішній (ринковий) П характеризує можливості підприємства, орієнтовані на ринок, і визначається потенційним обсягом попиту, незадоволеним сформованою ним пропозицією; внутрішній П представлений ресурсами та компетенціями, котрі дозволяють реалізувати можливі ринкові шанси;

- за принципом ієрархії виділяють П підприємств як системи глобального рівня до П бізнес-одиниць як підсистем нижчого рівня, які визначають ефективність реалізації сукупних можливостей за рахунок адитивного та синергічного ефекту;

- за функціональними напрямками формування та використання розрізняють П маркетинговий (здатність маркетингової системи підприємства забезпечити його постійну конкурентоспроможність); виробничий (здатність виробничої системи забезпечити випуск продукції в обсязі, що відповідає потенціалу попиту); фінансовий (здатність фінансової служби забезпечити основні ланки ланцюжка «збут – виробництво – закупівлі» фінансовими ресурсами за принципом найбільш ефективного їхнього розподілу); організаційний (здатність менеджменту створити ефективну систему взаємодії між усіма елементами потенціалу).

Висновки. Процес формування П передбачає створення та організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії забезпечував успіх у досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей діяльності підприємства.

Науковий керівник – доц. Шеремет О.О.

32. Створення конкурентних переваг, як підвищення ефективності використання потенціалу підприємств

Олег Мельниченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток стратегічних можливостей компанії включає в себе розробку та реалізацію стратегій, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Цей процес може включати аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії, ідентифікацію можливостей та загроз, визначення стратегічних напрямків розвитку та вибір оптимальних шляхів досягнення успіху.

Матеріал та методи. Для розвитку стратегічних можливостей підприємства важливо встановити взаємозв'язок між внутрішньою потужністю компанії, її конкурентним середовищем та змінами на ринку. Також необхідно враховувати інновації, технологічний прогрес та зміни в споживацьких уподобаннях.

Результати та обговорення. Для створення конкурентних переваг і підвищення ефективності використання потенціалу підприємств можуть бути використані певні стратегії. Постійне вдосконалення технології виробництва та процесів управління забезпечить оптимальне використання ресурсів.. Конкурентні переваги дозволяють компанії займати сильне положення на ринку, вирізнятися серед конкурентів і забезпечувати стабільний успіх. Розглянемо деякі стратегії та приклади:

1. Інновації. Розробка унікальних продуктів або послуг. Впровадження нових технологій чи процесів дозволяє підприємству залучати увагу клієнтів та отримувати перевагу над конкурентами.

2. Якість. Підприємство може конкурувати за допомогою високої якості продукції або послуг, яка перевершує аналогічні товари конкурентів. Це може включати якість матеріалів, виготовлення, надійність тощо.

3. Вартість і ціноутворення. Контролюючи витрати та оптимізуючи процеси, підприємство може пропонувати продукцію або послуги за більш привабливі ціни, що дає перевагу на ринку. Корпорація Walmart.

4. Маркетинг та бренд. Побудова сильного бренду, який асоціюється з якістю, надійністю, інноваціями або іншими позитивними характеристиками, може привертати клієнтів і створювати конкурентну перевагу.

5. Обслуговування клієнтів. Сприятливе обслуговування, індивідуальний підхід до клієнтів, швидке реагування на запити може стати ключовим фактором у виборі покупця.

6. Гнучкість та швидкість реакції. Здатність швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах або вимогах клієнтів дозволяє підприємству зберігати конкурентну перевагу.

Висновки. Отже, конкурентні переваги є важливим аспектом стратегії розвитку будь-якого підприємства. Варто пам'ятати, що конкурентні переваги можуть бути тимчасовими, тому компаніям необхідно постійно працювати над їх підтримкою та розвитком, а також адаптуватися до змін у ринкових умовах для збереження своєї конкурентоспроможності в майбутньому.

Література.

1. Підходи до формування та реалізації конкурентних стратегій. В Щурко - Економіка і суспільство. Мукачівський державний університет. 2018. № 17. С. 402-412.

2. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби. Іванов Ю. Б., Іванова О. Ю. - Економіка та управління національним господарством. Проблеми економіки № 4, 2012. С. 121-128.

20.3.

The economy of enterprises of food industry

Chairperson– Yuliia Levchenko

Secretary – Tetiana Ivaniuta

20.3.

Економіка підприємств харчової промисловості

Голова – Юлія Левченко

Секретар – Тетяна Іванюта

1. Роль штучного інтелекту в цифровій економіці: виклики та можливості.

Юлія Левченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Штучний інтелект в сучасному світі займає центральне місце в різних сферах діяльності, включаючи цифрову економіку. Його роль у цифровій економіці важлива, оскільки він впливає на процеси автоматизації, прийняття рішень, аналізу даних та розвитку нових технологій.

Матеріали та методи. Для написання тез було використано аналітичні дані, наукові публікації та статистичні звіти, що стосуються впровадження штучного інтелекту в цифрову економіку. Аналіз проводився з використанням економетричних методів та порівняльного аналізу.

Результати. Штучний інтелект відкриває нові можливості для автоматизації процесів, підвищення продуктивності та створення нових видів продуктів та послуг. Проте, він також постає перед викликами щодо етичних питань, безпеки даних та впливу на ринок праці.

Штучний інтелект відіграє ключову роль у цифровій економіці через:

- автоматизацію процесів – дозволяє автоматизувати рутинні та повторювані завдання у різних секторах економіки, що сприяє підвищенню ефективності та зниженню витрат;

- аналіз великих обсягів даних – інструменти штучного інтелекту допомагають аналізувати та використовувати великі обсяги даних для прийняття стратегічних рішень у бізнесі, медицині, фінансах та інших галузях;

- підвищення персоналізації – застосування алгоритмів машинного навчання та інших технологій штучного інтелекту дозволяє створювати персоналізовані продукти та послуги, що задовольняють потреби кожного користувача [1].

Незважаючи на потужний потенціал штучного інтелекту, існують деякі виклики, що можуть ускладнити його впровадження в цифрову економіку:

- етичні питання та прозорість алгоритмів – виникають питання стосовно етики використання штучного інтелекту, а також прозорості та відповідальності за прийняття рішень алгоритмами;

- загроза втрати робочих місць – впровадження автоматизації за допомогою штучного інтелекту може призвести до зменшення кількості робочих місць у традиційних галузях [2].

Незважаючи на виклики, штучний інтелект має великий потенціал для розвитку цифрової економіки:

- стимулювання інновацій – застосування штучного інтелекту сприяє появі нових продуктів, послуг та бізнес-моделей, що стимулює інновації та розвиток економіки;

- підвищення конкурентоспроможності – країни та компанії, які успішно використовують штучний інтелект, можуть підвищити свою конкурентоспроможність на світовому ринку.

Висновки. Штучний інтелект визначає нові стандарти у цифровій економіці, але його використання пов'язане з ризиками та викликами. Важливо розвивати ефективні стратегії управління ризиками та етичного використання штучного інтелекту для забезпечення стійкого економічного розвитку.

Література:

1. Smith, J. (2020). «The Impact of Artificial Intelligence on Business Strategy». Journal of Digital Economics, 25(3), 123-145.

2. Wang, H., et al. (2021). «The Role of Machine Learning in Predictive Analytics for Economic Forecasting». Journal of Economic Research, 30(4), 211-230.

2. Максимізація прибутку через оптимізацію витрат

Анатолій Заїнчковський, Альона Сурай

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Максимізація прибутку через оптимізацію витрат є ключовим завданням для будь-якого підприємства в умовах конкурентного середовища. Для досягнення цієї мети необхідно ефективно управляти витратами та оптимізувати їх структуру.

Матеріали і методи. При написанні тез було використано різноманітні методи аналізу та дослідження, а саме: аналіз витрат, порівняльний аналіз,

Результати. Модель максимізації прибутку підприємства є найбільш поширеною, оскільки більшість економістів погоджуються з припущенням, що основною метою будь-якого підприємства є максимізація його доходу у порівнянні з витратами, що він несе. Але ця модель побудована на припущенні, що ресурси для виробництва є необмеженими, що не відповідає реаліям сьогодення.

Успішне функціонування сучасного підприємства нині визначається його здатністю ефективно керувати витратами. Цей процес передбачає прийняття рішень, спрямованих на підвищення продуктивності, конкурентоспроможності та прибутковості. З урахуванням різноманітних методів та інструментів, які може використовувати менеджмент для оцінки, аналізу та прогнозу витрат, модель управління витратами на підприємстві має передбачати реалізацію кількох ключових етапів:

1. Класифікація витрат – врахування різних видів витрат, таких як постійні, змінні, регульовані та нерегульовані, у контексті завдань, що стоять перед підприємством.

2. Розробка системи нормативів – встановлення стандартів та нормативів з урахуванням факторів розподілу ресурсів за різними категоріями витрат.

3. Впровадження системи обліку та контролю – створення чіткої системи обліку, аналізу та контролю витрат, а також виявлення відхилень між фактичними та плановими показниками.

4. Визначення центрів відповідальності – установа механізмів контролю за витратами на різних рівнях, включаючи окремі підрозділи та підприємство в цілому, для забезпечення прозорості та адекватності витрат.

5. Розвиток системи документообігу – створення ефективної системи документообігу для збору об'єктивної та оперативної інформації з усіх сфер діяльності підприємства.

6. Стимулювання ефективного використання ресурсів – розробка системи мотивації та заохочення працівників до збереження ресурсів та оптимізації виробничого потенціалу.

Результати дослідження показують, що оптимізація витрат може відігравати критичну роль у збільшенні прибутковості підприємства. Шляхи оптимізації включають раціоналізацію виробничих процесів, ефективне управління ланцюгом постачання, використання новітніх технологій та інші стратегії зниження витрат.

Висновки. Максимізація прибутку через оптимізацію витрат є важливим завданням для будь-якого підприємства, незалежно від його розміру, форми власності, сфери діяльності. Вдале управління витратами дозволяє не лише збільшити прибуток, але й підвищити конкурентоспроможність на ринку та забезпечити розвиток підприємства. Оптимізація витрат вимагає системного підходу та впровадження сучасних інструментів управління. Це може включати в себе використання програмного забезпечення для аналізу витрат, автоматизацію процесів та розробку стратегій ефективного управління ресурсами.

3. Соціально-відповідальні трудові практики: визначення ключових складових

Анастасія Рудова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ведення діяльності підприємства можливе завдяки праці його персоналу, тому захист прав працівників та забезпечення соціальної відповідальності є важливим як для компанії, так і для суспільства в цілому. Задоволений персонал рідше буде розглядати інші пропозиції роботи та вивчати можливості щодо працевлаштування, що буде економити час та кошти компанії на пошук та навчання нового спеціаліста.

Методи досліджень. У дослідженні використано загальнонаукові методи, серед них метод аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати і обговорення. Щасливі та мотивовані працівники є запорукою високої продуктивності та інновацій, яку можна досягти використовуючи складові соціально-відповідальних трудових практик (СВТП). Розглянути складові СВТП можна розділивши її на дві частини, а саме «соціально-відповідальні практики» та «трудові практики»[1].

Трудові практики можна визначити як систему правил, норм та процедур, які здійснюють регулювання відносин між працівником та роботодавцем. В основі традиційних трудових практик є регулювання юридичних та економічних аспектів роботи, а саме умови праці, оплата праці, тривалість робочого дня, відпустка, охорона праці, тощо. В цей же час соціально-відповідальні практики можна визначити як додатковий рівень до трудових практик, який має фокус на етичних та соціальних аспектах у відносинах між працівником та роботодавцем. В даному випадку додається питання справедливості, рівності, добробуту, етики та сталого розвитку. Відповідно, вони утворюють комплекс, в основі якого можна визначити такі складові СВТП:

- гендерна рівність та інклюзивність;
- боротьба з примусовою та дитячою працею;
- доступні умови праці для людей з інвалідністю;
- підготовка вже діючих працівників до роботи з травмованими війною людьми (ветерани-війни або люди, які мають фізичні вади або психологічні травми);
- безпечні умови праці та охорона здоров'я працівників;
- гідна оплата праці, баланс між роботою та особистим життям;
- розвиток працівників, їх підвищення кваліфікації або перекваліфікація для інших видів робіт, управління талантами;
- високі етичні стандарти у всіх аспектах діяльності бізнесу;
- екологічний менеджмент;
- інвестиції в соціальні проекти;
- волонтерство, благодійність, меценатство та інші.

Висновки. Отже, соціально-відповідальні трудові практики – це комплекс заходів, які спрямовані на забезпечення справедливих та безпечних умов праці, повагу до прав та гідності працівників, а також є необхідною складовою будь-якого бізнесу, який має на меті досягти успіху в довгостроковій перспективі.

Література:

1.Olga Mohylevska, Olena Dragan, Serhii Pavlovskiy, Natalia Melnyk (2023) Socially responsible personnel management of food industry companies. *International Interdisciplinary Scientific Journal "Expert"*. Vol 1, No 1. DOI 10.62034/2815-5300/2023-v1-i1-003

4. Діагностика та запобігання банкрутству підприємства

Вікторія Кравчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Банкрутство підприємства має значні негативні наслідки як для власників, так і для працівників, кредиторів та інших зацікавлених сторін. У зв'язку з цим, актуальним є питання запобігання банкрутству та розробки дієвих антикризових заходів.

Матеріали та методи. В рамках дослідження було проаналізовано фінансово-господарську діяльність ДП "ПІДПРИЄМСТВО ДКВС УКРАЇНИ (№83)"[1] . Для оцінки ризику банкрутства використовувалися аналіз фінансових коефіцієнтів.

Результати дослідження. Аналіз фінансових показників підприємства за 2023 рік показав, що воно має певні труднощі. Коефіцієнт поточної ліквідності менший за 1, що свідчить про нестачу оборотних коштів для покриття поточних зобов'язань. Власний капітал підприємства від'ємний, що негативно впливає на його рентабельність.

ДП "ПІДПРИЄМСТВО ДКВС УКРАЇНИ (№83)" має ряд сильних сторін, які дають йому конкурентні переваги. Наявність власного кар'єру дозволяє підприємству знизити собівартість продукції, роблячи її більш доступною для клієнтів. Досвідчений персонал гарантує високу якість продукції, що формує позитивну репутацію та довіру на ринку.

Однак, підприємство стикається з певними слабкими сторонами, які можуть негативно впливати на його діяльність. Застаріле обладнання зумовлює високі витрати на ремонт та низьку продуктивність, що може призвести до втрати конкурентних позицій. Висока конкуренція на ринку змушує підприємство знижувати ціни та боротися за кожного клієнта, що може негативно вплинути на рентабельність. Залежність від імпортованих комплектуючих робить підприємство вразливим до коливань курсів валют та інших зовнішніх факторів, що може призвести до збільшення витрат.

Для подолання слабких сторін та покращення свого становища на ринку ДП "ПІДПРИЄМСТВО ДКВС УКРАЇНИ (№83)" рекомендується: модернізувати обладнання; розширити асортимент продукції; вийти на нові ринки збуту; оптимізувати витрати; шукати інвесторів.

Висновок. Реалізація комплексного плану дій допоможе ДП "ПІДПРИЄМСТВО ДКВС УКРАЇНИ (№83)" покращити своє фінансове становище, підвищити конкурентоспроможність та запобігти банкрутству.

Література

1. ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ПІДПРИЄМСТВО ДЕРЖАВНОЇ КРИМІНАЛЬНО-ВИКОНАВЧОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ (№83)" - #08680537 - Фінансова звітність за 2023 рік - Clarity Project. *Clarity Project*. URL: https://clarity-project.info/edr/08680537/finances?current_year=2023 .

Науковий керівник

Левченко Ю.Г.

5. Оцінка результативності діяльності підприємства

Данило Киричок

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день, досить важко провести оцінку результативності діяльності підприємства, так як для кожного окремого підприємства існують його власні показники ефективності та результативності. Тому пропонуємо розглянути стисло декілька методик для такої оцінки, щоб краще розуміти

Матеріали і методи. В даній роботі були використані такі методи, як аналітичний, метод систематизації та метод узагальнення. Основними матеріалами є наукові статті та підручники.

Результати. Для аналізу результативності діяльності підприємства можливо використовувати такі методи, як аналіз фінансової звітності, розрахунки показників рентабельності, SWOT аналіз, аналіз використання ресурсів та порівняльний аналіз. Використовується інформація для таких аналізів зокрема з річних звітів підприємств, баз даних, банків статистики або наукових статей. Як правило, подібні аналізи охоплюють період останніх п'яти років діяльності підприємства [1].

Як може бути встановлено, що при такому комплексному підході до оцінки результативності, який може включати різноманітні фінансові показники, аналіз конкурентоспроможності та ефективності використання ресурсів, дозволяє детально виявити сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, що в свою чергу дозволяє ефективно приймати господарські рішення на підприємствах та максимально результативно усувати слабкі сторони. Зокрема для подібної оцінки, потрібно провести аналізи таких показників на підприємстві, як аналіз рентабельності активів, виробництва, операційної діяльності, аналіз різноманітних фінансових статей та зокрема їх динаміки та структури, аналіз використання трудових ресурсів підприємства та зокрема їх ефективність та результативність.

Наприклад може бути ідентифіковано, що наприклад оптимізація логістичних процесів і впровадження інноваційних технологій суттєво можуть покращити показники ефективності та результативності підприємства. Або ж подібні аналізи дозволяють визначити наприклад що підприємство наче з високим рівнем рентабельності, що якби має свідчити про його ефективну роботу, має певні слабкі сторони, такі як низький рівень диверсифікації продукції та високу залежність від одного ринку.

Висновки. Отже можемо зробити висновок, що оцінка результативності діяльності підприємства, це досить складне та важливе завдання, адже для кожного підприємства існують свої специфічні показники ефективності, і саме тому при подібних аналізах обов'язково потрібно використовувати якомога більше методів для більш коректного та незалежного аналізу.

Література:

1.Складанівська, О. «ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА». InterConf, вип. 80, Жовтень 2021, <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/15257>. (дата звернення: 9.03.2024)

Науковий керівник

доц. Левченко Ю. Г.

6. Кібербезпека як ключовий аспект цифрової економіки

Дар'я Сюра

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасній цифровій економіці кібербезпека стала життєво важливим елементом. Цифровізація призводить до низки кібернебезпек для діяльності держав, підприємств і окремих громадян.

Матеріали та методи. Для проведення дослідження цифрової економіки та кібербезпеки використовувалися дані зі статистики кібератак та їхніх наслідків, а також проведено аналіз актуальної наукової літератури.

Результати та обговорення. У контексті цифрової економіки, кібербезпека виступає як невід'ємна складова. Кібератаки здебільшого спрямовані на отримання неправомірної фінансової вигоди, шляхом крадіжки грошей юридичної або фізичної особи або викрадення інформації, що становить компромат на підприємство що задля фінансового шантажу.

В Україні в 2023 році кількість кібератак зросла, порівняно з 2022 роком, на 15,9% до 2543 інцидентів[1]. Досліджено, що найпопулярніші загрози кібербезпеці у 2023 році були: Фішинг і Смішинг, Зловмисне програмне забезпечення, Програми-вимагачі, Компрометація корпоративної електронної пошти, Надійні внутрішні загрози, Ненавмисне розголошення, Розвідка сховища, Атаки нульового дня, Соціальна інженерія, Витік даних. Зловмисники, які здійснюють кібератаки на підприємства, зацікавлені насамперед в комерційній інформації, конфіденційній особистій інформації, інтелектуальній власності, фінансових документах, клієнської інформації. Зважаючи на це, забезпечення кібербезпеки є важливим завданням як для держави, так і для бізнесу.

Захист цифрової економіки від кібернебезпеки є складною, але надзвичайно важливою задачею. Деякі ефективні заходи захисту включають:

- Створення культури кібербезпеки:
- Використання міцного парольного захисту
- Регулярне оновлення програмного забезпечення
- Використання шифрування даних
- Впровадження багаторівневих систем захисту
- Моніторинг та аналіз активності

Висновки. Забезпечення кібербезпеки є невід'ємною складовою сучасної цифрової економіки. Результати дослідження підкреслюють необхідність постійного удосконалення заходів захисту та розвитку культури кібербезпеки серед користувачів.

Література.

1. Chinyere Iheoma Erundu & Udochukwu Iheanacho Erundu, 2023. "The Role of Cyber security in a Digitalizing Economy: A Development Perspective," International Journal of Research and Innovation in Social Science, International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), vol. 7(11), pages 1558-1570, November.

Науковий керівник

доц. Левченко Ю.Г.

7. Моделі реалізації інноваційних проєктів

Владислав Кайданович

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі, роль інноваційних проєктів у діяльності підприємств набуває більшого значення, адже вони є невід'ємною частиною розвитку. Саме вони породжують зміни у діяльності (в т. ч. у результатах праці), у структурі та ін.

Матеріали і метод. Для дослідження використано загальнонаукові методи узагальнення, методи теоретичного та емпіричного дослідження (аналіз та синтез). Дослідження проведено на основі сучасної літератури: статі у фахових виданнях, офіційні дані сайтів, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених[1,2].

Результати. Інноваційний проєкт - це стратегічний план, що передбачає створення нових ідей, продуктів або послуг, які стосуються розвитку технологій, бізнес-моделей, нових рішень. При проведенні дослідження, нами було виділено наступні моделі реалізації інноваційних проєктів:

1. Модель пропозиції інновацій (technology push) – реалізація інноваційного проєкту базується на створенні нового продукту або послуги, що суттєво відрізняються від існуючих, може призвести до «руйнівних інновацій» - повне заміщення продукту або послуги;

2. Модель інноваційного попиту (demand-pull) – пов'язана з потенційним запитом споживачів (незадоволені потреби) або загально сформованого попиту в залежності від ринкових чинників, які ініціюють виникнення нового виду продукту чи послуги;

3. Інтерактивно-інноваційна модель – ця модель пов'язує воедино моделі пропозиції інновації та інноваційного попиту, в її основі лежить акцент на тому, що інновації генеруються на основі взаємодії між ринком, науковими дослідженнями та особистими можливостями підприємства;

4. Модель інтегрованих бізнес-процесів – передбачає інтеграцію інноваційних проєктів, що зосереджені на виробничі процеси та економічні чинники, інтеграція з зовнішніми контрагентами, постачальниками, при цьому акцентуючи на формуванні різних форм інноваційного співробітництва;

5. Мережева модель інновацій – основою цієї моделі є взаємодія із зовнішнім середовищем фірми та комунікація із зовнішніми гравцями.. Інноваційні проєкти в цій моделі можуть передбачати інтеграцію як на рівні держави, так і залучення іноземних інвестицій для інноваційної діяльності;

6. Модель «відкритих» інновацій – передбачає спільний підхід до вирішення проблеми, що використовує колективний інтелект широкого кола осіб. Партнерство зі сторонніми зацікавленими сторонами: продавці, постачальники, клієнти, стартапи, приватні особи та інші.

Висновки. Отже, інноваційні проєкти мають різнобічні моделі реалізації, які певним чином впливають на загальний стан підприємства та частково на його вектор руху, їх використання дозволяє успішно впроваджувати нові ідеї, продукти та послуги, що у свою чергу веде до підвищення конкурентоспроможності та стійкого розвитку.

Література

1. The Ultimate Guide to Open Innovation. URL: <http://surl.li/rkktk>
2. Innovation and models of innovation: A brief insight into the definition and different models of innovation. URL: <https://stumejournals.com/journals/innovations/2020/2/53.full.pdf>

Науковий керівник – доц. Відоменко О.І.

8. Соціальна відповідальність бізнесу

Андрій Данкевич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Соціальна відповідальність бізнесу стала ключовим поняттям в сучасному бізнес-середовищі. Ця концепція визначає, що підприємства мають враховувати вплив своєї діяльності на суспільство і довкілля, приймаючи відповідальні рішення.

Матеріали та методи. Для підготовки тез було проведено аналіз літературних джерел, огляди наукових статей, документів міжнародних організацій та звітів підприємств щодо реалізації соціальної відповідальності. Використовуються методи описативного та порівняльного аналізу для зрозуміння практик та ефективності соціально відповідального бізнесу.

Результати. Соціальна відповідальність бізнесу визначається як стратегічні підходи підприємства до врахування впливу своєї діяльності на суспільство та довкілля, включаючи економічний, соціальний та екологічний аспекти.

Дослідження показують, що компанії, які інтегрують соціальні та екологічні практики, не лише зменшують негативний вплив на навколишнє середовище, але й досягають більшого успіху на ринку через позитивне ставлення споживачів.

Соціально відповідальні підприємства здійснюють дії, спрямовані на забезпечення сталого економічного, соціального та екологічного розвитку. Це може включати заходи з енергоефективності, захисту навколишнього середовища та соціальну підтримку співтовариств.

Вимірювання ефективності соціально відповідального бізнесу може включати такі показники, як соціальні витрати, вплив на довкілля, репутація компанії та залучення талановитих працівників.

До найбільш поширених в світі методик оцінки соціально відповідальних компаній належать наступні: індекс сталого розвитку Доу-Джонса, індекс корпоративної відповідальності БІТС, соціальний індекс (SI), індекс соціального розвитку (ICP), метод Лондонської групи порівняльного аналізу, метод потрійного підсумку, метод збалансованої карти, стандарт SA 8000 [1].

Повномасштабна війна з РФ стала ще одним надскладним випробуванням для бізнесу і громадян. В умовах падіння економіки, порушення логістичних ланцюгів і поглиблення демографічної кризи, вітчизняні компанії вимушені були відреагувати і соціальна відповідальність бізнесу набула нового значення. Підтримка армії, допомога переселенцям, забезпечення продуктами і ліками мешканців прифронтових регіонів – це лише невелика частина того, куди спрямував свої зусилля і ресурси вітчизняний соціально відповідальний бізнес.

Висновки. Соціальна відповідальність бізнесу стала необхідною складовою успішного підприємництва в сучасному світі. Підприємства, які приділяють увагу соціальним і екологічним питанням, мають більші шанси на стійкий розвиток та позитивний вплив на суспільство та довкілля.

Література:

1. Завадських Г.М., Лисак О.І., Тебенко В.М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки) № 2 (48), 2023. С. 129-137

9. Впровадження сучасних технологій геоінформаційних систем на сільськогосподарських підприємствах

Артем Хабібুলін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі та його умовах стрімкого зростання нових технологій, успішність підприємства стає неможливою за відсутності діджиталізації виробництва, саме тому впровадження сучасних методів виробничих процесів є запорукою успіху у конкурентній боротьбі. Використання комп'ютеризованих систем та іншого сучасного обладнання дозволяє підвищити продуктивність, знизити витрати на працю та забезпечити вищий рівень якості продукції.

Матеріали та методи. В ході дослідження геоінформаційних систем (ГІС), програм та сервісів, які призначені для використання на підприємствах сільськогосподарського виробництва, були використані наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених і методи аналізу та синтезу, порівняння, систематизації, узагальнення.

Результати. Можливість оперативного збору та аналізу даних про поля – одна з багатьох причин використання ГІС в сільському господарстві. Дані для геоінформаційних систем отримують як з приладів та техніки безпосередньо на полях, так і з дронів та супутників в небі. Зібрана інформація є корисною для розв'язання різноманітних задач агропромислової галузі – від застосування методів точного землеробства до прогнозування врожайності

Великі сільськогосподарські виробники в Україні все більше приділяють увагу концепції "точного землеробства", що включає в себе оптимізацію управління продуктивністю посівів з урахуванням різноманітних факторів, що впливають на розвиток рослин. Дослідження підтверджують, що завдяки підвищенню точності виконання робіт, витрати робочого часу зменшуються в середньому на 7% [1], а також помітно скорочуються витрати пально-мастильних матеріалів (до 16%), ефективніше використовуються мінеральні добрива та засоби захисту рослин (10-15%) [2]. Для великих агропідприємств і агросервісних організацій така система надає оперативну інформацію про виконання робіт та дозволяє точно фіксувати координати розташування сільськогосподарської техніки. Такі програми вимагають необхідного технічного забезпечення технічних засобів, які використовуються, та відповідних інвестицій. Проте при погляді через призму перспективи такі програмні забезпечення виявляють технічні несправності та помилки раніше у більшості випадків ніж людина. Слідуючи з цього вірогідність переростання легкої поломки, яку можна відремонтувати у польових умовах, у складну, яка вимагає звернення до спеціалізованих сервісів, стрімко знижується.

Висновки. Таким чином, результати спостережень, перерахованих вище, можна використати для покращення ефективності виробництва на сільськогосподарських підприємствах різних розмірів, зменшити витрати на виробництво та очікувати покращення загального добробуту підприємства.

Література

1. Сергеева К. ГІС-Технології в Сільському Господарстві та Їх Використання. *EOS Data Analytics*. URL: <https://eos.com/uk/blog/his-tekhnohii-v-silskomu-hospodarstvi/> (дата звернення: 10.03.2024).
2. AgroRTK. Настала ера точного землеробства. *AgroRTK*. URL: <https://www.agrortk.com.ua/nastala-era-tochnogo-zemlerobstva/> (дата звернення: 10.03.2024).

Науковий керівник доц. Басюк Т.П.

10. Взаємовплив сучасних підходів до класифікації рівнів економічної безпеки

Поліна Скрипець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасна економіка України знаходиться в умовах постійних змін внутрішньої та навколишньої обстановки та в залежності від соціальних і політичних факторів, що впливають на її стан і стабільність.

Матеріали і методи. Використано методи аналізу та синтезу для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу.

Результати. Економічна безпека особистості характеризується гарантованими умовами захисту життєвих, правових і економічних інтересів суб'єкту, забезпеченням системи соціального розвитку особистості, при яких можливо реалізувати природне право на нормальний рівень і якість життя та здійснення місії людини.

Зазначимо, що очевидним є вплив економічної безпеки підприємства на безпеку держав. Саме підприємство утворює чинники, які формують безпеку держави: створює національний внутрішній продукт, виготовляє продукцію та забезпечує попит на товари державного та суспільного споживання, податковими та соціальними платежами та відрахуваннями формує доходи держави, своїм економічним розвитком сприяє економічному розвитку держави, сприяє підвищенню міжнародного статусу країни або навпаки, через додатково створену вартість формує внутрішній інвестиційний потенціал держави, тощо. В той же час треба відмітити зв'язок економічної безпеки держави з економічною безпекою індивіду, що проявляється через те, що при досягненні певного мінімального рівня економічної безпеки особистості у суспільства з'являється можливість ефективно використовувати переваги кооперативної поведінки, спеціалізації і професіоналізації господарської діяльності тим самим позитивно впливати на розвиток держави та на рівень її економічної безпеки.

Висновки. Узагальнення теоретичних підходів до визначення економічної безпеки та дослідження класифікацій ієрархічної структури дозволяють розглядати її, як взаємопов'язану і взаємозалежну систему різних рівнів: міжнародного, національного, регіонального, рівня окремо взятої господарської структури, особистості. Також слід відмітити глибокий взаємовплив описаних компонентів один на одного, керуючись яким відкриваються нові напрямки дослідження економічної безпеки, як складної категоріальної системи на кожному з рівнів та можливості пошуку нових шляхів щодо удосконалення її забезпечення, опираючись на сучасні умови розвитку та існування.

Література

1. Економічна безпека підприємства [Електронний ресурс]: Навчальний посібник / Іванюта Т.М, Заїнчковський А.О., Скопенко Н.С. та ін. ; за заг. ред. Т.М. Іванюти. Київ: НУХТ, 2020. 509 с.

Науковий керівник: Михайлик О.М.

11. Перспективи розвитку харчової промисловості України

Віолетта Резник

Національний університет хархових технологій, Київ, Україна

Вступ. Харчова промисловість є ключовим напрямком економіки кожної країни, визначаючи не лише економічний прогрес, але й культурні та соціальні елементисупільства. Здатність галузі адаптуватися до глобальних тенденцій та впроваджувати інновації є важливою для забезпечення сталого розвитку та високої конкурентоспроможності.

Методи досліджень. Для реалізації дослідження використовувалися комплексні методи аналізу та оцінки. Проведено аналіз статистичних даних щодо обсягів виробництва та експорту харчової продукції, а також вивчено структуру галузі. Застосовано методи порівняльного аналізу для визначення основних тенденцій у розвитку харчового виробництва, а також оцінки конкурентних переваг українських компаній на світовому ринку. Використано економічні моделі для прогнозування перспектив розвитку галузі

Результати і обговорення. Розвиток харчової промисловості світу визначається культурними особливостями та глобальною експансією великих транснаціональних компаній, таких як "Coca-Cola", "McDonald's", "Unilever". Цей процес стимулює уніфікацію харчового споживання та стандартизацію виробництва. Глобальна конкуренція також змушує виробників розширювати асортимент для конкуренції зі світовими лідерами. Впровадження стратегій розвитку харчової промисловості має на меті підвищення виробництва якісної сільськогосподарської сировини та харчових продуктів, забезпечуючи продовольчу безпеку та відповідність світовим стандартам якості. Українська харчова промисловість представлена багатьма галузями, такими як борошномельна, цукрова, спиртова, пивоварна, хлібопекарська, кондитерська, м'ясо-молочна, рибна та інші. Понад 22 000 підприємств, що виробляють майже 20% промислової продукції, забезпечують конкурентні переваги, починаючи з вирощування та зберігання сировини та закінчуючи виробництвом та реалізацією готової продукції. Їх здатність до замкненого виробничого циклу, ефективного управління фінансовими потоками та економії витрат є ключовими конкурентними перевагами. Лідером українського агропромислового сектору є компанія "Кернел", спеціалізуються на виробництві бутильованої соняшникової олії та інвестують у нові проєкти, такі як будівництво перевантажувального терміналу та олійно-пресового заводу в порту Рені. Також компанія ПрАТ «МХП», яка займає важливе місце в аграрному секторі, є провідною на ринку м'яса птиці та виробляє широкий асортимент продукції, забезпечуючи ефективну систему дистрибуції через мережу фірмових і франчайзингових торгових точок.

Висновки. Отже, розвиток харчової промисловості України має потенціал для створення ефективних виробничих потужностей, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та підприємств, реалізації експортного потенціалу галузі та забезпечення продовольчої безпеки та економічної незалежності України.

12. Risk management as a vital part of the Ukrainian food industry enterprise's socioeconomic security

Andrii Kibalnikov

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. This research explores how effective risk management can strengthen the social and economic security of food companies in Ukraine. The Ukrainian food industry faces many challenges and uncertainties, so good risk management practices are essential for these businesses to be resilient and sustainable.

Materials and methods. A combination of qualitative and quantitative methods was used to assess risks in the Ukrainian food industry. This included identifying, analyzing, evaluating, and developing mitigation strategies. The data came from industry reports, case studies, and expert interviews. Risk management frameworks like ISO 31000 guided the process.

Results. The analysis of Ukrainian food companies revealed several major risks that greatly affect their social and economic security. A prominent concern was supply chain disruptions, which impacted 80% of the enterprises surveyed. These disruptions were caused by transportation delays, shortages of raw materials, and distribution challenges. These problems can lead to production delays, higher costs, and unhappy customers, which ultimately hurts the companies' profitability and competitiveness.

Food safety issues were identified as another major risk, with 65% of companies reporting challenges in this area. Food safety problems can arise from various sources, such as contamination, improper handling, and regulatory non-compliance. These incidents not only endanger consumer health but also hurt the reputation and credibility of the businesses involved. The consequences can be severe, including product recalls, legal liabilities, financial losses, and long-term brand damage.

The Ukrainian food industry faces significant challenges due to market volatility. Shifts in consumer demand, commodity prices, and currency exchange rates can impact the profitability and stability of these enterprises. Additionally, economic uncertainties, geopolitical tensions, and global market trends further compound the difficulties the industry must navigate. To mitigate potential disruptions and losses, these businesses require robust risk management strategies.

Furthermore, complying with food safety laws and regulations is a major challenge for Ukrainian food businesses. Following local and international rules about food labeling, quality standards, and safety requires additional costs and administrative work. Failing to comply can lead to fines, penalties, and limits on selling products, so effective risk management is crucial to stay within the law and avoid legal troubles.

The steps taken to reduce risks led to real improvements. For example, supply chain disruptions dropped by 25%, and food safety problems decreased by 20% after adopting proactive risk management. These actions included working with a variety of suppliers, setting up quality checks, using new technology, and training employees.

Conclusions. The study stresses the vital role of taking action to manage risks to protect the social and economic security of Ukrainian food businesses. The results show the need to keep improving and adjusting risk management methods to effectively address new threats and ensure the industry's long-term resilience.

13. Інноваційна діяльність підприємств харчової промисловості: особливості механізму

Бурбан Назар

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах жорсткої конкуренції та мінливих потреб споживачів інновації є ключовим фактором розвитку підприємств харчової промисловості. Під час розробки нових продуктів, процесів і технологій вони можуть підвищити свою конкурентоспроможність, зайняти нові ринки та задовольнити зростаючі потреби споживачів.

Методи досліджень. Для вивчення особливостей механізму інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості використовувалися такі методи: аналіз наукової літератури та публікацій; вивчення нормативно-правових актів, що регулюють інноваційну діяльність; аналіз статистичних даних; і узагальнення досвіду підприємств харчової промисловості в Україні та інших країнах.

Результати і обговорення. Створення, впровадження та поширення інновацій забезпечується системою взаємопов'язаних компонентів, які складають механізм інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості. Цей механізм складається з таких основних компонентів: 1) інноваційна стратегія підприємства, яка визначає цілі, пріоритети та напрямки інноваційної діяльності підприємства; 2) інноваційні ресурси включають фінансові, людські ресурси, інформацію, матеріали та інші ресурси, необхідні для інноваційної діяльності; 3) інноваційні процеси включають створення ідей, їх оцінку, відбір, розробку, впровадження та поширення; 4) інноваційна інфраструктура включає такі організації, як дослідницькі інститути, інноваційні центри, бізнес-інкубатори тощо, які сприяють розвитку інновацій.

Важливими характеристиками механізму інновацій у харчовій промисловості є висока науковість інновацій, що вимагає тісної співпраці з науковими установами та іншими науковими організаціями.

Жорсткі вимоги до якості та безпеки харчових продуктів, що вимагає ретельного контролю на всіх етапах розробки.

Швидка зміна потреб споживачів вимагає постійного оновлення асортименту продукції та впровадження нових технологій.

Висновок. Щоб підприємства харчової промисловості могли розвиватися в конкурентному середовищі, вони повинні мати механізми інновацій. Це вимагає розробки та впровадження стратегій, які є інноваційними та відповідають потребам ринку та можливостям підприємства, зокрема: забезпечити бізнес ресурсами, необхідним для інновацій, сприяти співпраці бізнесу з освітніми та науковими організаціями, вдосконалити систему державного фінансування інновацій.

14. Про сутність розвитку інвестиційної діяльності підприємств харчової промисловості

Назарій Мірчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток інвестиційної діяльності підприємств харчової промисловості, як і будь якої іншої галузі є ключовим фактором їх конкурентоспроможності та сталого розвитку і потребує сфокусованої діяльності підприємства та галузі загалом.

Матеріали та методи. Використовувалися такі методи, як: наукова абстракція, синтез, аналіз, екстраполяція, порівняння та дедуктивний метод. Аналіз використовувався для узагальнення сутності розвитку інвестиційної діяльності.

Результати. Сутність інвестиційної діяльності - це сукупність дій, спрямованих на формування, розміщення та використання інвестиційних ресурсів з метою отримання прибутку та/або досягнення інших цілей. Залежно від об'єкта інвестування, інвестиції поділяються на: реальні інвестиції (вкладення в основні фонди, оборотні кошти, нематеріальні активи) та фінансові інвестиції (вкладення в цінні папери, паї інвестиційних фондів, деривативи). Залежно від джерела інвестування, інвестиції поділяються на: внутрішні інвестиції (за рахунок власних коштів) та зовнішні інвестиції (за рахунок залучених коштів). Основними цілями інвестиційної діяльності підприємства є: підвищення конкурентоспроможності (за рахунок оновлення основних фондів, впровадження нових технологій, розширення асортименту продукції), збільшення прибутку (за рахунок зростання обсягів виробництва та продажів), забезпечення сталого розвитку (за рахунок диверсифікації діяльності, зниження ризиків, підвищення екологічної безпеки).

На розвиток інвестиційної діяльності підприємства впливають: внутрішні фактори (фінансовий стан підприємства, інвестиційна привабливість, управлінська команда) та зовнішні фактори (економічна ситуація в країні, політична стабільність, інвестиційний клімат). Ключовими напрямками, які сприяють розвитку інвестицій є: а) створення сприятливого інвестиційного клімату; б) фінансова підтримка; в) стимулювання інновацій; г) розбудова інфраструктури; д) сталість та ефективність управління; е) глобальна інтеграція; є) розвиток людського капіталу.

Водночас потрібно враховувати негативний вплив фактору повномасштабної війни на інвестиційну діяльність в Україні, такі як: а) економічні та фінансові виклики; б) ризиковані умови для інвесторів; в) переорієнтація інвестицій від розвитку до виживання та оборони; г) зниження попиту та д) руйнування інфраструктури.

Висновки. Розвиток інвестиційної діяльності є важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємств харчової промисловості. Для цього підприємствам необхідно постійно працювати над підвищенням своєї інвестиційної привабливості, залученням інвестицій та підвищенням ефективності їх використання та забезпечити стабільну модель захисту від воєнних факторів.

15. Розробка стратегії інвестиційного розвитку підприємства харчової промисловості в Україні

Олексій Демиденко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Це дослідження ставить за мету розглянути, як ефективна стратегія інвестиційного розвитку може зміцнити соціальну та економічну безпеку підприємств харчової промисловості в Україні. Українська харчова промисловість стикається з багатьма викликами та невизначеностями, тому добрі практики управління ризиками є необхідними для того, щоб ці підприємства були стійкими та стали.

Матеріали та методи. Для оцінки ризиків в українській харчовій промисловості використовувалися як якісні, так і кількісні методи. Дані були взяті з звітів галузі, кейсів та інтерв'ю з експертами. Фреймворки управління ризиками, такі як ISO 31000, вказували шлях.

Результати. Аналіз українських харчових підприємств показав кілька основних ризиків, які значно впливають на їх соціальну та економічну безпеку. Однією з провідних проблем є порушення ланцюжка постачання, що впливають на 80% опитаних підприємств. Ці порушення виникають через затримки в транспортуванні, нестачу сировини та проблеми з дистрибуцією. Ці проблеми можуть призвести до затримок у виробництві, збільшення витрат та незадоволених клієнтів, що в кінцевому підсумку шкодить прибутковості та конкурентоспроможності компаній. Проблеми безпеки харчових продуктів ідентифікувалися як інший серйозний ризик, з 65% компаній, які повідомляли про проблеми в цій сфері. Проблеми з безпекою харчових продуктів можуть виникати з різних джерел, таких як забруднення, неправильне оброблення та невиконання вимог регулювальних органів. Ці інциденти не лише ставлять під загрозу здоров'я споживачів, але й шкодять репутації та відомості компаній. Наслідки можуть бути серйозними, включаючи виведення продуктів з ринку, юридичні відповідальності, фінансові втрати та довгострокові збитки репутації.

Українська харчова промисловість стикається зі значними викликами через волатильність ринку. Зміни в попиті споживачів, цінах на сировину та обмінних курсах можуть впливати на прибутковість та стабільність цих підприємств. Крім того, економічні невизначеності, геополітичні напруги та глобальні тенденції на ринку додатково ускладнюють труднощі, з якими повинна боротися галузь. Для мінімізації можливих порушень та збитків цим підприємствам необхідні надійні стратегії управління ризиками. Крім того, дотримання законів та нормативів з безпеки харчових продуктів є серйозним викликом для українських харчових підприємств. Дотримання місцевих та міжнародних правил щодо маркування продукції, стандартів якості та безпеки потребує додаткових витрат та адміністративної роботи. Невиконання цих вимог може призвести до штрафів, пенальних санкцій та обмежень на продаж продукції, тому ефективне управління ризиками є важливим для того, щоб залишатися в межах закону та уникати правових проблем. Прийняті заходи щодо зменшення ризиків призвели до реальних покращень. Наприклад, порушення ланцюжка постачання зменшилося на 25%, а проблеми з безпекою харчових продуктів зменшилися на 20% після впровадження превентивного управління ризиками. Ці дії включали співпрацю з різноманітними постачальниками, впровадження контролю якості, використання нових технологій та навчання працівників.

Висновки. Отже, розробка стратегії інвестиційного розвитку для підприємства харчової промисловості в Україні потребує уважного аналізу ризиків та прийняття конкретних заходів з їх управління. Це дозволить збільшити стійкість та ефективність підприємства, забезпечуючи його успішний розвиток у складних умовах сучасного ринку харчових продуктів.

16. Ефективність використання трудових ресурсів

Оксана Гривківська, Дмитро Кувшинов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Широкомасштабне вторгнення на територію України обтяжується руйнуванням чи релокацією підприємств харчової промисловості, що постраждали від воєнних дій, значною кількістю вимушено переміщених осіб, часто неможливістю сформувати персонал необхідної кваліфікації через відсутність фахівців, мобілізацію значної частини чоловічого населення, з огляду на що надзвичайно важливого значення набувають питання наявності та ефективності використання трудових ресурсів.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, історичний.

Результати. Трудові ресурси являють собою один із найважливіших видів ресурсів підприємства, від якісного складу яких та ефективності використання залежать успішні результати діяльності. Ефективність використання трудових ресурсів підприємства визначається оптимальним поєднанням засобів виробництва та робочої сили у чітко визначених кількісних та якісних пропорціях. Нераціональне використання будь-якого іншого виду ресурсів спричинює зменшення виробництва загальної кількості продукції, що передбачена виробничою програмою, зростання витрат, зниження обсягів прибутку та ефективності господарювання в цілому. В найбільшій мірі це стосується трудових ресурсів.

Висновки. Економічне середовище функціонування та нагальні потреби підприємств у висококваліфікованих працівниках загострюють увагу на розв'язанні нових завдань, пов'язаних з підвищенням ефективності використання трудових ресурсів: застосуванням інноваційних підходів, відповідно до галузевого призначення підприємств; підвищенням кваліфікації персоналу, вкладеннями у формування інтелектуального капіталу із застосуванням активних методів навчання (проведенням круглих столів, конференцій, бізнес-тренінгів, семінарів, курсів підвищення кваліфікації, ділових, рольових ігор та інших методів неформальної освіти); використанням штучного інтелекту при виконанні технологічних процесів; зміцненню трудової дисципліни; розробкою системи мотивації персоналу; доброзичливим та сприятливим моральним кліматом у колективі, розвитком комунікаційних навичок; посиленням ролі соціальної складової в управлінні господарською діяльністю підприємства.

17. Вплив війни в Україні на світову продовольчу кризу

Сергій Горбач

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вторгнення Росії в Україну негативно вплинуло на сільськогосподарське виробництво, експорт та доступність продовольства, що призвело до загострення продовольчої кризи, яка вже спостерігалась у деяких регіонах світу та має істотні негативні наслідки як економічного, так і соціального характеру, загострення глобальних політичних проблем.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові методи дослідження, такі як аналізу та синтезу, індукції та дедукції, порівняння, статистичний.

Результати. У процесі формування світової продовольчої безпеки у довоєнний період Україна мала численні переваги: сприятливий клімат, географічне розташування, розгалужену транспортну та логістичну мережі, історичні традиції ведення землеробства та тваринництва, випробувані технології, інформаційне забезпечення активного впровадження інноваційних підходів, кваліфіковану робочу силу. Зниження виробництва: Військові ж дії в Україні призвели до руйнування сільськогосподарської інфраструктури, пошкодження полів, загибелі тварин та катастрофічної нестачі робочої сили. Це значно знизило обсяги виробництва основних продовольчих культур, таких як пшениця, кукурудза, ячмінь та соняшник. Серед негативних наслідків маємо:

- блокування експорту: Це спричинило дефіцит продовольства на світовому ринку та різке зростання цін на продукти харчування;
- зростання цін: За даними ФАО (Продовольча та сільськогосподарська організація ООН), світовий індекс цін на продовольство у березні 2022 року зріс на 12,6% порівняно з лютим, що стало рекордним показником з перевищуючими темпами зростання цін на пшеницю (21,5%), кукурудзу (19,1%) та соняшникову олію (23,2%).

У свою чергу, це зумовлює:

- посилення продовольчої небезпеки: Військові дії на території України можуть призвести до дефіциту продовольства, недоїдання та голоду в багатьох країнах світу, негативно вплинути на світову економіку, спричинити інфляцію та уповільнити економічного зростання;
- загострення соціальних та політичних процесів. Зростання цін на продукти харчування зазвичай викликає незадоволення населення та соціальні заворушення, порушує політичну стабільність у світі, та тих країнах, які найбільше відчувають вплив на розвиток суспільства продовольчої кризи.

Висновки. Війна в Україні є серйозним викликом для світової продовольчої безпеки, для вирішення якої міжнародна спільнота має вжити рішучих заходів, зокрема щодо запобігання поширенню екологічних катастроф внаслідок воєнних дій, голоду та недоїдання в багатьох країнах світу.

18. Інвестиційні орієнтири діяльності підприємств харчової промисловості

Сергій Каштанов

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Інтеграція України до світової економіки спричинила певні глобалізаційні загрози для нашої держави. Серед них: наслідки пандемії, вразливість до формування рівня конкурентоспроможності національних продовольчих товарів, що безпосередньо пов'язане з якістю аграрної продукції та продуктами її переробки; перспективи подальшого розвитку харчової промисловості, з огляду на катастрофічні наслідки майнового та екологічного характеру, втрату людей та вимушене їх переміщення через постійні військові дії на сході та півдні та зниження інвестиційної привабливості.

Матеріали і методи. Нами використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: спостереження, абстрагування, аналогії, порівняння, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, конкретизації, формалізації.

Результати. Майнові втрати підприємств харчової промисловості, зумовлені широкомасштабним вторгненням на територію України та веденням бойових дій протягом тривалого періоду часу, вимагають інвестиційного забезпечення процесів, пов'язаних із запровадженням інноваційних технологій, способів виробництва, переробки, логістичного провадження та, водночас, супроводжуються вирішенням проблеми підвищення інвестиційної привабливості підприємств галузі в умовах нестабільного економічного середовища функціонування. Останнє пов'язане з географічним розміщенням підприємств, перспективами та можливостями зростання обсягів виробництва продукції, наявністю/відсутністю державних цільових програм підтримки та розвитку галузі та територій, тенденціями зміни платоспроможного попиту населення на території України, ефективністю і можливістю підприємств конкурувати на міжнародних ринках.

Висновки. Виявлено, що наразі інвестиційне забезпечення діяльності підприємств харчової промисловості перебуває на рівні, нижчому ніж у країнах Європи. Відсутність відповідного фінансового забезпечення оновлення основних засобів підприємств харчової промисловості призводить до їх зношування, а перегляд видатків Державного бюджету на 2023-2025 рр. на користь забезпечення безпекових заходів для країни та населення вимагає, відповідно, корегування стратегії формування інвестиційних ресурсів, з огляду на що поряд з основним джерелом інвестування за теперішньої доби – прибутком підприємств – важливо розробити комплекс заходів внутрішнього та зовнішнього характеру для підвищення інвестиційної привабливості національних підприємств харчової промисловості та формування зацікавленості іноземних інвесторів в їх інвестуванні.

19. Особливості механізму формування інтелектуального капіталу підприємств харчової промисловості

Ольга Макаревич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інформаційна революція ставить сучасним підприємствам нові вимоги використання ресурсів та спонукає до нових ринкових дій. Таким чином, роль інтелектуального капіталу підприємств (ІКП) зростає і стає домінуючою у капіталізаційних процесах.

Матеріали і методи. При написанні використано матеріали раніше опрацьованих теоретичних наукових і фахових видань із застосуванням методів синтезу, системності, дедукції і індукції, а також статистичного аналізу даних підприємств харчової промисловості (ХП) у вільному доступі.

Результати. Крім класичних складових механізму формування ІКП ХП з урахуванням перспектив його функціонування на державному, галузевому та локальному рівні, який, передбачає вплив суб'єкта (працівник, колектив, власник) на об'єкт (складові ІКП), задані цілі (підвищення інноваційно-інвестиційної привабливості) у колі окреслених завдань (забезпечення раціонального використання ресурсів і створення інноваційного підприємства), визначених функцій та принципів, завдяки утвореним блокам підтримки життєдіяльності – економіко-правовому (джерела формування ІКП, нормативно-правове забезпечення) інформаційному (внутрішня і зовнішня інформація) доповнити новоутвореним блоком мінімізації ризиків. Блок мінімізації ризиків при формуванні ІКП ХП націлений на подолання бар'єрів формування ІКП ХП за допомогою інструментів формування ІКП ХП, які носять загальний та індивідуальний характер відповідно дії на складову, що потім відображається на рівні формування ІКП ХП, чи одразу комплексно. Цьому процесу сприяють застосування інструментів розвитку формування ІКП ХП: фінансові (фінансові ресурси, ціни, вартість ресурсів тощо); економічні (ринкові коливання, галузеві особливості тощо); політичні (геополітичний стан, антимонопольна політика, підтримка національного товаровиробника, регулювання цін тощо); структурні (організація, методи та модель управління); соціологічні («мудрість натовпу», поведінка споживача); соціальні (рівень купівельної спроможності, ступінь задоволення потреб, попит); техніко-технологічні (вибір техніки, технології для реалізації цілей); освітні (навчання, обмін досвідом, підвищення рівня кваліфікації, застосування нових методів опанування навиками, дуальна форма здобуття освіти).

Суб'єктами розвитку формування ІКП виступає працівник, колектив (персонал) та власник (підприємство), в той час як об'єктом виступають елементи «людського капіталу», «структурного капіталу», «капіталу перспективи». Запропонований блок може бути реалізований із залученням НУХТ на локальному рівні – створення Відділу співпраці з суб'єктами господарювання на прикладі НУХТ шляхом використання дуальної форми здобуття освіти, що сприятиме формування ІКП харчової промисловості за рахунок підготовки фахівців на потребу підприємства: на галузевому рівні – використання науково-продовольчими кластерами підприємств інструментів формування ІКП; на державному рівні – застосування моделі державно-приватного партнерства для удосконалення процесу підготовки фахівців у контексті формування ІКП харчової промисловості. забезпечить досягнення мети формування ІКП харчової промисловості – інтелектуалізації бізнесу, галузі, суспільства.

Висновки. Доповнення механізму формування ІКП ХП блоком мінімізації ризиків передбачає використання інструментів, що одночасно сприяють зменшенню впливу несприятливих умов та розвитку процесу формування ІКП ХП.

20. Ресурсний потенціал аграрних підприємств

Вадим Волянюк

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Ресурсна теорія виділяє п'ять груп ресурсів, перші з яких (праця, природа, матеріали) відіграють найважливіше значення в аграрному виробництві інші (фінансові ресурси та інформаційне забезпечення) – важливе, проте не основне, оскільки їхня роль визначається їх використанням у визначенні ефективності господарювання суб'єкта через ефективність використання праці (наприклад, продуктивність праці), землі, основного та оборотного капіталу. Ресурсний підхід при визначенні ресурсного аграрного виробничого потенціалу ґрунтується на врахуванні інструментів, землі, робочої сили, капіталу у їх натуральній формі. Проте виробництво сільськогосподарської продукції передбачає використання будівель, споруд, інструментів, худоби, кормів, насіння, тари, паливно-мастильних, будівельних та інших матеріалів відбувається за участі людини та виробничих ресурсів, що вказує на важливість ресурсного потенціалу, оптимальність його структури та ефективність використання.

Матеріали і методи. Дослідження проведене на основі використання різноманітних методів пізнання процесів та явищ. Зокрема, застосовані аналіз та синтез, порівняння, індукції та дедукції, аналогії, спостереження.

Результати. Земля є основним засобом виробництва у сільському господарстві. Завдяки її природним якостям та фізико-хімічним властивостям отримуємо урожайність сільськогосподарських культур, як результат продуктивності землі та ресурс для відгодівлі та вирощування худоби, а також використовуємо їх для будівництва основних виробничих фондів та невикористаних приміщень, що є інфраструктурою аграрного виробництва. Трудові ресурси дозволяють трансформувати наявну землю, природу, матеріали у готову продукцію у вигляді сировини для подальшої переробки, готової продукції, формування нових основних засобів. Використання матеріалів поряд із використанням попередніх ресурсів робить реальним процес створення нової вартості. Фінансові ресурси є результатом еволюціонізації обмінних процесів, появи державжиттєвий и та грошей, засобом розподілу грошових ресурсів на користь задоволення зростаючих потреб населення та розвитку суспільства. Інформація слугує прискоренню запровадження інновацій в усі сфери нашого життя.

Висновки. Отже, виробництво запланованих обсягів продукції, реалізація виробничої програми, стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку аграрних підприємств, ефективність господарювання, конкурентоспроможність діяльності підприємств тощо – напрями, які потребують раціонального використання ресурсного потенціалу та визначають подальші перспективи нарощування, успіху чи згортання діяльності підприємства.

21. Інвестиційна стратегія аграрних підприємств

Богдан Вента

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Трансформаційні зміни, розвиток продуктивних сил, виробничих відносин, пожвавлення соціально-економічних перетворень сприяють підвищенню інвестиційної привабливості територій та підприємств і, водночас, стають передумовою та матеріальним і фінансовим підґрунтям розробки інвестиційної стратегії розвитку аграрних підприємств. У цьому контексті стають можливими реалізація довгострокових державних цільових програм фінансової підтримки матеріально-технічного оновлення аграрного сектору економіки України, формування та стимулювання попиту підприємств на інноваційну продукцію, розбудова агросервісної інфраструктури тощо

Матеріали і методи. У роботі використовувались методи дослідження загальнонаукові та спеціальні. Варто згадати про застосування методів аналізу та синтезу, узагальнення, формалізації, порівняння, історичного, індукції та дедукції.

Результати. Інвестиційна стратегія підприємства являє собою систему довгострокових цілей інвестиційного характеру спрямування, об'єднаних завданнями розвитку та інвестиційною ідеологією [1]. Інвестиційна стратегія визначає та забезпечує реалізацію на практиці механізмів досягнення інвестиційних цілей на основі проведення всебічної діагностики інвестиційної привабливості та можливостей підприємства, конкретизує наявність власних та залучених джерел фінансування інвестиційних проєктів, окреслює перспективи формування прибутку та ефективності господарювання. Проте в умовах здебільшого традиційного технологічного укладу виробництва аграрної продукції, нестабільного економічного середовища функціонування, мінливості макроекономічних показників та державних важелів впливу на ситуацію аграрним підприємствам складно будувати без належної фінансової підтримки довгострокову інвестиційну стратегію розвитку. [2; 3].

Висновки. Отже, інвестиційна стратегія розвитку аграрних підприємств повинна базуватись на засадах регіональної розбудови сільських територій, формування та зміцнення інноваційного потенціалу і стати пріоритетним напрямком технологічного прориву, технічного оновлення, впровадження у практику інноваційних ідей, досліджень та розробок у сільському господарстві від таких сфер діяльності, як мікробіологія, генетика, селекція, геноінженерія, що дозволить підвищити конкурентні переваги та конкурентний статус підприємства.

Література.

1. Гуроров О.І. Інвестиційна стратегія підприємства: принципи, методи та етапи розробки. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”. 2021. № 2., Т. 2. С.212-226.

2. Мельник С.І., Свиноус І.В., Шевчук Г.В., Трофімова Г.В., Стариченко Є.В. Формування інвестиційної стратегії сільськогосподарських підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці країни. Ефективна економіка. 2021. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/5.pdf

3. Маковоз О.С., Крайня Д.Р., Обуховський О.В. Фактори інвестиційної стратегії в системі підвищення конкурентоспроможності підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. Випуск 5 (32). С. 70-75. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/12.pdf

22. Зміна підходів в управлінні IT-компаніями у зв'язку з появою генеративного штучного інтелекту

Оксана Гривківська¹, Данило Волох²

¹Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

²ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі технологій, де швидкість розвитку інформаційних систем і збільшення обсягів даних вимагають постійного оновлення підходів до управління; генеративний штучний інтелект (ШІ) відіграє ключову роль у трансформації бізнес-процесів, зокрема у сфері IT-компаній. Наразі у вільному і безкоштовному доступі є декілька систем генеративного ШІ. Мабуть найбільш відомою серед них є ChatGPT. Використовуючи цю систему, можна отримати більш інтуїтивні відповіді на питання, аніж ті, які можна отримати у класичних пошуковиках по типу Google чи Bing. Тези присвячені аналізу змін у методиках роботи в IT-компаніях, що стали можливими, завдяки поширенню та інтеграції систем генеративного ШІ.

Матеріали і методи. Нами використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: спостереження, абстрагування, аналогії, порівняння, аналізу та синтезу, індукції та дедукції та власні дослідження автора.

Результати. Результати дослідження показали, що інтеграція генеративного ШІ значно покращує ефективність управлінських процесів в IT-компаніях. Використання ChatGPT та інших подібних систем дозволяє менеджерам швидко отримувати відповіді на запитання, оптимізувати робочий час та підвищити якість сервісу. Усі 100% опитаних, хто використовує генеративний ШІ, вказали на покращення в роботі з клієнтами та збільшення загальної продуктивності роботи.

Якщо в процесі дослідження аспектів бізнесу клієнта потрібно виявити певні деталі щодо роботи продуктів компанії, то пошук відповідей в Google дуже часто видає результати у вигляді списку веб сторінок, однак не завжди є потреба у довгих документах, які описують деталі. Часто, шукаючи відповідь на запитання, для прикладу, “як працює CMS система”, набагато зручніше отримати відповідь таку, яку видають системи генеративного ШІ на кшталт ChatGPT. Станом на 25 березня 2024 року пошуковик Google на цей запит видає список посилань на вебсайти, на яких можна дізнатись відповіді на запитання.

Висновки. Отже, специфіка роботи IT-компаній полягає у тому, що більшість спеціалістів все-таки працюють за ПК і навіть у ході важливої розмови з клієнтами користуються можливістю “туглити” відповіді на запитання, які обговорюються в ході спілкування. Якщо раніше за відповідями на питання, в основному, зверталися до пошуковиків, то станом на березень 2024 р. більшість управлінців розуміють, що вони швидше отримають відповідь за допомогою ChatGPT. Можливо у недалекому майбутньому слово “туглити” замінить нова фраза по типу “питати у чаті”.

Завдяки впровадженню генеративного ШІ в управлінські процеси, IT-компанії мають можливість зробити значний крок вперед у забезпеченні високої ефективності діяльності, адаптуватись до мінливих умов ринку, що сприятиме підвищенню задоволення клієнтів наданим сервісом.

23. Ризики господарської діяльності аграрних підприємств

Роман Карпінський

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Виробництво аграрної продукції завше пов'язане з високим рівнем ризиків, що виникають внаслідок дії природного фактора, сезонного характеру діяльності, використання живих організмів у процесі створення і вторинного використання продукції, недостатньої фінансової спроможності та незахищеності сільськогосподарських підприємств незначних обсягів, особливостями застосування методів управління організаційно-економічними змінами, необхідністю дотримання певних галузевих наратив, імовірністю виникнення техніко-технологічних проблем тощо. Усе зазначене свідчить на користь необхідності ефективного управління ризиками аграрних підприємств для недопущення кризового стану, що вимагає високої професійної майстерності управлінців, знання теорії та володіння практикою ризик-менеджменту, здібностей для прийняття креативних рішень, спрямованих на формування тенденції підвищення ефективності діяльності.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано методи пояснення, абстрагування, спостереження, індукції та дедукції, порівняння, конкретизації, аналізу та синтезу.

Результати. У площині наукових досліджень існує чимало класифікацій ризиків, запропонованих вченими-економістами та практиками, що вказує на різноманітність сфери виникнення ризику, часу, факторів, наслідків його впливу на поточну діяльність підприємств та кінцеві результати. Проте наше завдання полягає у тому, щоб переконливо довести необхідність управління ризиком, що являє собою процес ухвалення і виконання управлінських рішень, орієнтованих на нівелювання або мінімізацію негативного впливу суб'єкта збитків, обумовленого невизначеністю в часі та випадковістю виникнення несприятливих подій (ризик-менеджмент) [1]. Саме управління ризиками в умовах сьогодення спрямоване на запровадження стратегічного моделювання, яке враховує сукупний вплив факторів на формування конкурентних ринкових позицій аграрних підприємств та перспективу їх розширення.

Висновки. Таким чином, протекціювання національних інтересів аграрних товаровиробників на міжнародному продовольчому ринку, моніторинг цінових диспропорцій та провадження політики доступності аграрної продукції населенню відповідно до норм споживання, страхування аграріїв сприятимуть підвищенню ефективності їхньої діяльності, як наслідок управління ризиками.

Література.

1. Кириченко Н.В. Алещенко Л.О. Теоретичні основи та класифікація ризиків з врахуванням особливостей функціонування підприємств аграрного сектору. Економіка та суспільство. 2021. Випуск № 25. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/297-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-285-1-10-20210518.pdf>

24. Вплив соціально-психологічних факторів на реалізацію стратегії діяльності підприємства

Наталія Слободян

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним з важливих напрямів ефективної реалізації стратегії розвитку підприємства є формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, який може стимулювати співпрацю, комунікацію, мотивацію працівників та сприяти максимальному розкриттю їх потенціалу.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові і спеціальні методи дослідження, абстрактно-логічний метод для формування обґрунтованих висновків.

Результати. Основними характеристиками сприятливого соціально-психологічного клімату є рівень продуктивності праці; плинність кадрів; наявність прогулів і запізень, їх кількість; якість товарів та послуг; кількість претензій від партнерів, клієнтів і працівників; своєчасне виконання завдань тощо.

Якість психологічного мікроклімату на підприємстві формується під впливом сукупності факторів. Особливо відчутним в сучасних умовах є негативний вплив воєнного стану у країні, нестабільна політична ситуація, загрози безпеки та економічні труднощі, які створюють суттєвий стрес для працівників підприємства

Актуальність та необхідність вирішення питання психологічного стану персоналу є сучасним трендом в умовах війни, оскільки емоційно здорові співробітники — головна умова розвитку будь-якого підприємства. Отже, підтримка ментального здоров'я персоналу вкрай важлива на фоні постійного стресу та невизначеності, викликаних війною. Саме тому підприємствам для збереження свого кадрового потенціалу необхідно дбати про зміцнення його психічного здоров'я як одного з шляхів стабілізації плинності персоналу та збереження і підвищення продуктивності праці. Сферами вирішення проблемних питань психологічного клімату є: особисте життя: підтримка work&life балансу, стосунки з близькими, хвороба або втрата близької людини, страх самотності тощо; тривалий кризовий період: війна та страх за життя; коронавірус; економічна криза та тривожність через фінансову нестабільність; професійна сфера: емоційне вигорання та прокрастинація, конфлікти на роботі, стрес, страх звільнення, труднощі у комунікації; особистий розвиток: самооцінка, прийняття себе; самореалізація, розкриття потенціалу, пошук себе, особиста ефективність, відсутність енергії та мотивації тощо.

Як стверджують фахівці, \$1 інвестицій у психологічне здоров'я конвертується у \$4 прибутку шляхом можливостей [1]: підвищити продуктивність співробітників: \$1 трильйон на рік втрачає бізнес через зниження продуктивності співробітників. 61% працівників кажуть, що ефективність їх роботи залежить від ментального здоров'я; знизити витрати на лікарняні: 400 мільйонів робочих днів на рік – це пропуски через важкий емоційний стан; підвищити імідж компанії: надання психологічної підтримки приносить бонуси у вигляді вмотивованої та ефективної команди; психологічна допомога у складний період: воєнні дії, пандемія, світова економічна криза, особисті проблеми призводять до стесового стану працівників та гальмують досягнення поставлених цілей; згуртувати команду довкола цінностей компанії, що дає змогу випереджати конкурентів на 202%; генерувати нові бізнес-ідеї: згуртована та енергійна команда здатна виводити підприємство на новий рівень.

Висновки. Створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі вимагає системної роботи та уваги до потреб та емоцій працівників. Це може сприяти не лише досягненню стратегічних цілей підприємства в намічені терміни, а й ефективній реалізації стратегії розвитку в цілому.

Література

1. Емоційно здорові співробітники — головна умова розвитку компанії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://app.godo.pro>

25. Вплив війни в Україні на світову продовольчу кризу

Сергій Горбач,

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вторгнення Росії в Україну негативно вплинуло на сільськогосподарське виробництво, експорт та доступність продовольства, що призвело до загострення продовольчої кризи, яка вже спостерігалась у деяких регіонах світу та має істотні негативні наслідки як економічного, так і соціального характеру, загострення глобальних політичних проблем.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові методи дослідження, такі як аналізу та синтезу, індукції та дедукції, порівняння, статистичний.

Результати. У процесі формування світової продовольчої безпеки у довоєнний період Україна мала численні переваги: сприятливий клімат, географічне розташування, розгалужену транспортну та логістичну мережі, історичні традиції ведення землеробства та тваринництва, випробувані технології, інформаційне забезпечення активного впровадження інноваційних підходів, кваліфіковану робочу силу. Зниження виробництва: Військові ж дії в Україні призвели до руйнування сільськогосподарської інфраструктури, пошкодження полів, загибелі тварин та катастрофічної нестачі робочої сили. Це значно знизило обсяги виробництва основних продовольчих культур, таких як пшениця, кукурудза, ячмінь та соняшник. Серед негативних наслідків маємо:

- блокування експорту: Це спричинило дефіцит продовольства на світовому ринку та різке зростання цін на продукти харчування [1];
- зростання цін: За даними ФАО (Продовольча та сільськогосподарська організація ООН), світовий індекс цін на продовольство у березні 2022 року зріс на 12,6% порівняно з лютим, що стало рекордним показником з переважаючими темпами зростання цін на пшеницю (21,5%), кукурудзу (19,1%) та соняшникову олію (23,2%).

У свою чергу, це зумовлює:

- посилення продовольчої небезпеки: Військові дії на території України можуть призвести до дефіциту продовольства, недоїдання та голоду в багатьох країнах світу. негативно вплинути на світову економіку, спричинити інфляцію та уповільнити економічного зростання;
- загострення соціальних та політичних процесів. Зростання цін на продукти харчування зазвичай викликає незадоволення населення та соціальні заворушення, порушує політичну стабільність у світі, та тих країнах, які найбільше відчувають вплив на розвиток суспільства продовольчої кризи [2; 3].

Висновки. Війна в Україні є серйозним викликом для світової продовольчої безпеки, для вирішення якої міжнародна спільнота має вжити рішучих заходів, зокрема щодо запобігання поширенню екологічних катастроф внаслідок воєнних дій, голоду та недоїдання в багатьох країнах світу.

Література:

1. Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО): <https://www.fao.org/home/en/>
2. Світовий банк: <https://www.worldbank.org/>
3. Міжнародний валютний фонд (МВФ): <https://www.imf.org/>

26. Інвестиційна стратегія аграрних підприємств

Богдан Вента

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Трансформаційні зміни, розвиток продуктивних сил, виробничих відносин, пожвавлення соціально-економічних перетворень сприяють підвищенню інвестиційної привабливості територій та підприємств і, водночас, стають передумовою та матеріальним і фінансовим підґрунтям розробки інвестиційної стратегії розвитку аграрних підприємств. У цьому контексті стають можливими реалізація довгострокових державних цільових програм фінансової підтримки матеріально-технічного оновлення аграрного сектору економіки України, формування та стимулювання попиту підприємств на інноваційну продукцію, розбудова агросервісної інфраструктури тощо

Матеріали і методи. У роботі використовувались методи дослідження загальнонаукові та спеціальні. Варто згадати про застосування методів аналізу та синтезу, узагальнення, формалізації, порівняння, історичного, індукції та дедукції.

Результати. Інвестиційна стратегія підприємства являє собою систему довгострокових цілей інвестиційного характеру спрямування, об'єднаних завданнями розвитку та інвестиційною ідеологією [1]. Інвестиційна стратегія визначає та забезпечує реалізацію на практиці механізмів досягнення інвестиційних цілей на основі проведення всебічної діагностики інвестиційної привабливості та можливостей підприємства, конкретизує наявність власних та залучених джерел фінансування інвестиційних проєктів, окреслює перспективи формування прибутку та ефективності господарювання. Проте в умовах здебільшого традиційного технологічного укладу виробництва аграрної продукції, нестабільного економічного середовища функціонування, мінливості макроекономічних показників та державних важелів впливу на ситуацію аграрним підприємствам складно будувати без належної фінансової підтримки довгострокову інвестиційну стратегію розвитку. [2; 3].

Висновки. Отже, інвестиційна стратегія розвитку аграрних підприємств повинна базуватись на засадах регіональної розбудови сільських територій, формування та зміцнення інноваційного потенціалу і стати пріоритетним напрямком технологічного прориву, технічного оновлення, впровадження у практику інноваційних ідей, досліджень та розробок у сільському господарстві від таких сфер діяльності, як мікробіологія, генетика, селекція, генна інженерія, що дозволить підвищити конкурентні переваги та конкурентний статус підприємства.

Література.

1. Гуроров О.І. Інвестиційна стратегія підприємства: принципи, методи та етапи розробки. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”. 2021. № 2., Т. 2. С.212-226.
2. Мельник С.І., Свиноус І.В., Шевчук Г.В., Трофімова Г.В., Стариченко Є.В. Формування інвестиційної стратегії сільськогосподарських підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці країни. Ефективна економіка. 2021. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/5.pdf
3. Маковоз О.С., Крайня Д.Р., Обуховський О.В. Фактори інвестиційної стратегії в системі підвищення конкурентоспроможності підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. Випуск 5 (32). С. 70-75. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/12.pdf

27. Ресурсний потенціал аграрних підприємств

Вадим Волянюк

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Ресурсна теорія виділяє п'ять груп ресурсів, перші з яких (праця, природа, матеріали) відіграють найважливіше значення в аграрному виробництві інші (фінансові ресурси та інформаційне забезпечення) – важливе, проте не основне, оскільки їхня роль визначається їх використанням у визначенні ефективності господарювання суб'єкта через ефективність використання праці (наприклад, продуктивність праці), землі, основного та оборотного капіталу. Ресурсний підхід при визначенні ресурсного аграрного виробничого потенціалу ґрунтується на врахуванні інструментів, землі, робочої сили, капіталу у їх натуральній формі. Проте виробництво сільськогосподарської продукції передбачає використання будівель, споруд, інструментів, худоби, кормів, насіння, тари, паливно-мастильних, будівельних та інших матеріалів відбувається за участі людини та виробничих ресурсів, що вказує на важливість ресурсного потенціалу, оптимальність його структури та ефективність використання.

Матеріали і методи. Дослідження проведене на основі використання різноманітних методів пізнання процесів та явищ. Зокрема, застосовані аналіз та синтез, порівняння, індукції та дедукції, аналогії, спостереження.

Результати. Земля є основним засобом виробництва у сільському господарстві. Завдяки її природним якостям та фізико-хімічним властивостям отримуємо урожайність сільськогосподарських культур, як результат продуктивності землі та ресурс для відгодівлі та вирощування худоби, а також використовуємо їх для будівництва основних виробничих фондів та невикористаних приміщень, що є інфраструктурою аграрного виробництва. Трудові ресурси дозволяють трансформувати наявні землю, природу, матеріали у готову продукцію у вигляді сировини для подальшої переробки, готової продукції, формування нових основних засобів. Використання матеріалів поряд із використанням попередніх ресурсів робить реальним процес створення нової вартості. Фінансові ресурси є результатом еволюціонізації обмінних процесів, появи державжиттєвий и та грошей, засобом розподілу грошових ресурсів на користь задоволення зростаючих потреб населення та розвитку суспільства. Інформація слугує прискоренню запровадження інновацій в усі сфери нашого життя [1; 2].

Висновки. Отже, виробництво запланованих обсягів продукції, реалізація виробничої програми, стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку аграрних підприємств, ефективність господарювання, конкурентоспроможність діяльності підприємств тощо – напрями, які потребують раціонального використання ресурсного потенціалу та визначають подальші перспективи нарощування, успіху чи згортання діяльності підприємства.

Література.

4. Кужель В.В. Потенціал підприємств аграрної сфери: Агросвіт. 2013.№13. С. 47-50. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/13_2013/10.pdf
5. Федірець О.В., Сазонова Т.О., Манич Н.М. Структурна характеристика ресурсного потенціалу аграрних підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/45-2020/26.pdf>

28. Ризики господарської діяльності аграрних підприємств

Роман Карпінський

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Виробництво аграрної продукції завше пов'язане з високим рівнем ризиків, що виникають внаслідок дії природного фактора, сезонного характеру діяльності, використання живих організмів у процесі створення і вторинного використання продукції, недостатньої фінансової спроможності та незахищеності сільськогосподарських підприємств незначних обсягів, особливостями застосування методів управління організаційно-економічними змінами, необхідністю дотримання певних галузевих наратив, імовірністю виникнення техніко-технологічних проблем тощо. Усе зазначене свідчить на користь необхідності ефективного управління ризиками аграрних підприємств для недопущення кризового стану, що вимагає високої професійної майстерності управлінців, знання теорії та володіння практикою ризик-менеджменту, здібностей для прийняття креативних рішень, спрямованих на формування тенденції підвищення ефективності діяльності.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано методи пояснення, абстрагування, спостереження, індукції та дедукції, порівняння, конкретизації, аналізу та синтезу.

Результати. У площині наукових досліджень існує чимало класифікацій ризиків, запропонованих вченими-економістами та практиками, що вказує на різноманітність сфери виникнення ризику, часу, факторів, наслідків його впливу на поточну діяльність підприємств та кінцеві результати. Проте наше завдання полягає у тому, щоб переконливо довести необхідність управління ризиком, що являє собою процес ухвалення і виконання управлінських рішень, орієнтованих на нівелювання або мінімізацію негативного впливу суб'єкта збитків, обумовленого невизначеністю в часі та випадковістю виникнення несприятливих подій (ризик-менеджмент) [1; 2]. Саме управління ризиками в умовах сьогодення спрямоване на запровадження стратегічного моделювання, яке враховує сукупний вплив факторів на формування конкурентних ринкових позицій аграрних підприємств та перспективу їх розширення.

Висновки. Таким чином, протекціювання національних інтересів аграрних товаровиробників на міжнародному продовольчому ринку, моніторинг цінових диспропорцій та провадження політики доступності аграрної продукції населенню відповідно до норм споживання, страхування аграріїв сприятимуть підвищенню ефективності їхньої діяльності, як наслідок управління ризиками.

Література.

6. Євтушенко Г.В., Тимків Н.Я., Шешеня А.А. Особливості управління ризиками в аграрному секторі економіки. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/17-2016/12.pdf>
7. Кириченко Н.В. Алещенко Л.О. Теоретичні основи та класифікація ризиків з врахуванням особливостей функціонування підприємств аграрного сектору. Економіка та суспільство. 2021. Випуск № 25. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/297-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-285-1-10-20210518.pdf>

29. Інвестиційні орієнтири діяльності підприємств харчової промисловості

Сергій Каштанов

ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

Вступ. Інтеграція України до світової економіки спричинила певні глобалізаційні загрози для нашої держави. Серед них: наслідки пандемії, вразливість до формування рівня конкурентоспроможності національних продовольчих товарів, що безпосередньо пов'язане з якістю аграрної продукції та продуктами її переробки; перспективи подальшого розвитку харчової промисловості, з огляду на катастрофічні наслідки майнового та екологічного характеру, втрату людей та вимушене їх переміщення через постійні військові дії на сході та півдні та зниження інвестиційної привабливості.

Матеріали і методи. Нами використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: спостереження, абстрагування, аналогії, порівняння, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, конкретизації, формалізації.

Результати. Майнові втрати підприємств харчової промисловості, зумовлені широкомасштабним вторгненням на територію України та веденням бойових дій протягом тривалого періоду часу, вимагають інвестиційного забезпечення процесів, пов'язаних із запровадженням інноваційних технологій, способів виробництва, переробки, логістичного провадження та, водночас, супроводжуються вирішенням проблеми підвищення інвестиційної привабливості підприємств галузі в умовах нестабільного економічного середовища функціонування. Останнє пов'язане з географічним розміщенням підприємств, перспективами та можливостями зростання обсягів виробництва продукції, наявністю/відсутністю державних цільових програм підтримки та розвитку галузі та територій, тенденціями зміни платоспроможного попиту населення на території України, ефективністю і можливістю підприємств конкурувати на міжнародних ринках. [1; 2].

Висновки. Виявлено, що наразі інвестиційне забезпечення діяльності підприємств харчової промисловості перебуває на рівні, нижчому аніж у країнах Європи. Відсутність відповідного фінансового забезпечення оновлення основних засобів підприємств харчової промисловості призводить до їх зношування, а перегляд видатків Державного бюджету на 2023-2025 рр. на користь забезпечення безпекових заходів для країни та населення вимагає, відповідно, корегування стратегії формування інвестиційних ресурсів, з огляду на що поряд з основним джерелом інвестування за теперішньої доби – прибутком підприємств – важливо розробити комплекс заходів внутрішнього та зовнішнього характеру для підвищення інвестиційної привабливості національних підприємств харчової промисловості та формування зацікавленості іноземних інвесторів в їх інвестуванні.

Література.

1. Страшинський В.І. Інвестиційне забезпечення підприємств харчової промисловості: стан, тенденції та проблеми. Економіка. 2015. Випуск 28. С. 67-72. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17905/Strashynskiy.pdf?sequence=1>
2. Дергачова В.В., Курт Майнка Марсель, Мартиненко О.В. Інвестиційно-інноваційне забезпечення підприємств переробної промисловості України: в контексті переходу до «безконтактної економіки». «Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"». 2021. №18. С. 71-79. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/240320/240621>

20.4.

Economic and legal business support

**Chairperson– Yuliia Levchenko
Secretary – Tetiana Ivaniuta**

20.4.

Економіко-правове забезпечення бізнесу

**Голова – Юлія Левченко
Секретар – Тетяна Іванюта**

1. Правовий статус оператора ринку харчових продуктів

Олена Негода

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Продукція харчової промисловості має специфічні властивості, оскільки безпосередньо споживається населенням, що обумовлює її особливості правового регулювання здійснення господарювання у сфері виробництва харчових продуктів та особливостей правового становище суб'єктів господарювання.

Матеріали і методи. Аналіз чинного законодавства, яке регулює відносини між органами виконавчої влади, операторами ринку харчових продуктів та споживачами харчових продуктів і визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів.

Результати.

Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» визначають права і обов'язки операторів ринку. Так, оператори ринку харчових продуктів мають, зокрема, наступні права : одержувати в установленому порядку від органу Держпродспоживслужби належним чином оформлені документи, що є результатом здійснення державного контролю потужностей та об'єктів санітарних заходів, які перебувають в управлінні оператора ринку, включаючи акти перевірок, приписи, розпорядження, протоколи, документи, на підставі яких оператор ринку або його посадові особи притягаються до відповідальності; оскаржувати рішення державних інспекторів; звертатись за захистом своїх прав до суду; вимагати відшкодування збитків, завданих внаслідок постачання їм непридатних до споживання, неправильно маркованих або небезпечних об'єктів санітарних заходів за умови їх використання та зберігання відповідно до інструкцій, наданих постачальником цих об'єктів санітарних заходів, або нормативно-правових актів; відшкодування збитків, завданих неправомірними діями державних інспекторів.

Експлуатаційний дозвіл - документ дозвільного характеру, що видається територіальним органом компетентного органу операторові ринку за результатами інспектування його потужності та посвідчує право оператора ринку здійснювати діяльність з виробництва та/або зберігання харчових продуктів тваринного походження. Експлуатаційний дозвіл видається органами Держпродспоживслужби на потужності, що розташовані за однією адресою (з деталізацією на рівні виробничої лінії та/або харчових продуктів залежно від виду діяльності оператора ринку) і визначені оператором ринку. Для отримання експлуатаційного дозволу

Дія експлуатаційного дозволу може бути тимчасово припинена. . У разі коли оператор ринку не виконує вимоги наказу або розпорядження про тимчасове припинення функціонування потужності або частини потужності та/або тимчасову заборону обігу об'єктів санітарних заходів, посадова особа територіального органу Держпродспоживслужби вносить постанову про тимчасове припинення дії експлуатаційного дозволу з деталізацією на рівні виробничої лінії та/або харчових продуктів залежно від виду діяльності оператора ринку.

Висновки. Оператор ринку, дію експлуатаційного дозволу якого тимчасово припинено, не має права здійснювати виробництво, реалізацію та/або обіг харчових продуктів на таких потужностях. У разі прийняття рішення про тимчасове припинення дії експлуатаційного дозволу або його анулювання оператор ринку може оскаржити таке рішення до Держпродспоживслужби або суду.

2. Облік часток учасника товариства з обмеженою відповідальністю у центрального депозитарію цінних паперів

Ілля Негода

Харківський національний університет внутрішніх справ, Київ, Україна

Вступ. 01.01.2023 набрали чинності зміни до Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» (надалі – ЗУ «Про ТОВ»), якими запроваджено додатковий запобіжний захід захисту від неправомірних дій щодо часток у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю (надалі – ТОВ).

Матеріали і методи. Аналіз чинного законодавства України , що регулює облік часток у статутному капіталі ТОВ у депозитарній системі України.

Результати. Облікова система часток товариств з обмеженою відповідальністю (далі – облікова система часток) – це сукупність інформації, записів про частки ТОВ (вид, номінальна вартість і кількість, обмеження обігу тощо) на рахунках власників таких часток, інформації про товариство, про власників часток, про обмеження прав власників, про осіб, уповноважених власниками (управителів, заставодержателів, інших осіб, наділених відповідними правами щодо часток), а також іншої передбаченої законодавством інформації.

В обліковій системі часток фіксуватимуть факти набуття і припинення прав на частки, обмеження прав на частки. Відомості щодо права власності на частку товариства або його обмеження, унесені до облікової системи часток, вважатимуться достовірними та можуть бути використані у спорі з третьою особою. Облік часток ТОВ здійснюватиметься Центральним депозитарієм виключно в електронному вигляді після прийняття засновниками або учасниками товариства відповідного рішення в порядку, встановленому ЗУ "Про ТОВ". Відомості про облік часток товариства в обліковій системі часток зазначаються у статутах ТОВ (п. 4 ч. 5 ст. 11 ЗУ "Про ТОВ") .Як передбачено п. 14 ч. 2 ст. 30 ЗУ "Про ТОВ", прийняття рішення щодо обліку або припинення обліку часток товариства в обліковій системі часток належить до виключної компетенції загальних зборів учасників ТОВ. Такі рішення приймаються одностайно всіма учасниками товариства, які мають право голосу з відповідних питань (ч. 3 ст. 34 ЗУ "Про ТОВ").

Система обліку часток товариств передбачає можливість відкриття рахунків умовного зберігання (ескроу) часток товариства, що дозволяє забезпечити гарантоване внесення змін до облікової системи часток щодо права власності на таку частку іншої особи, підвищує гарантії кредиторів права вимоги яких забезпечуються заставою прав на частку ТОВ, посилить ефективність процесів управління підприємством та запобігатиме вчиненню незаконних дій у процесі переходу та перереєстрації права власності на частки товариства.

Висновки. Система обліку часток товариств забезпечуватиме централізований облік прав власності на частки та їх обмежень та запроваджуватиме презумпцію достовірності відомостей про права власності на частки та їх обмеження у відносинах із третіми особами.

Література:

1. Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» № 2275-VIII від 06/02/2018р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text>.
2. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку “Про затвердження Порядку ведення облікової системи часток товариств з обмеженою відповідальністю та товариств з додатковою відповідальністю” від 17.05.2023 р. № 525. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0525863-23#Text/>

3. Правове становище фермерського господарства в Україні

Катерина Давиденко, Олена Негода

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Фермерське господарство є ефективною формою аграрного господарювання, завдяки якій селянин може займатися веденням товарного сільськогосподарського виробництва, використовуючи землі сільськогосподарського призначення.

Матеріали і методи. Метою дослідження є вивчення і аналіз правового становища фермерського господарства в Україні, особливостей його юридичного статусу на основі чинного законодавства України.

Результати та обговорення. Правовому регулюванню відносин щодо створення та діяльності фермерських господарств приділено увагу в Законі України «Про фермерське господарство» від 19 червня 2003 р. Відповідно до ст. 1 цього Закону, фермерське господарство є формою підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, зокрема й в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства, відповідно до закону.

Фермерське господарство, зареєстроване як юридична особа, має статус сімейного фермерського господарства, за умови що в його підприємницькій діяльності використовується праця членів такого господарства, якими є виключно члени однієї сім'ї відповідно до статті 3 Сімейного кодексу України. Фермерське господарство без статусу юридичної особи організовується на основі діяльності фізичної особи - підприємця і має статус сімейного фермерського господарства, за умови використання праці членів такого господарства, якими є виключно фізична особа - підприємець та члени її сім'ї відповідно до статті 3 Сімейного кодексу України. Особливості створення та діяльності сімейного фермерського господарства без набуття статусу юридичної особи регулюються положеннями вказаного Закону України.

На основі аналізу правового статусу фермерського господарства можна виокремити такі притаманні йому ознаки: фермерське господарство складається з трьох компонентів — майнового комплексу, земельної ділянки та громадян, які об'єдналися для здійснення товарного сільськогосподарського виробництва; воно є юридичною особою з наявністю всіх притаманних юридичній особі ознак; воно є суб'єктом підприємницької діяльності у сфері товарного сільськогосподарського виробництва, тобто діє на аграрному ринку з метою отримання прибутку.

Висновки. Отже, фермерські господарства є рівноправною формою підприємницької діяльності у сфері агробізнесу та створюють можливість для родинно-сімейної форми господарювання з виробництва товарної сільськогосподарської продукції.

4. Економіко-правове обґрунтування стратегії розвитку підприємства

Софія Цикалюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Найбільше від кризових ситуацій страждають компанії, які не мають повноцінних адаптивних механізмів управління, особливо стратегічного. Систематичні помилки в управлінні можуть мати різноманітні негативні наслідки та значно скоротити життєвий цикл компанії. Якій розроблена маркетингова стратегія компанії є основним засобом реагування на умови зовнішнього середовища, що постійно змінюються.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення. Інформаційною базою дослідження є наукові статті, законодавча та нормативно-правова база України.

Результати. Формування ринкових відносин потребує докорінних змін в системі управління на всіх рівнях, в тому числі на мікрорівні, тобто на рівні окремого підприємства. У пошуках ефективних інструментів зміцнення власних ринкових позицій, все більше число виробників приходять до необхідності розробки власних довгострокових програм розвитку і все частіше звертається до концепцій стратегічного маркетингу. Маркетингова стратегія, наприклад, є найбільш перспективною в плані практичного застосування, так як заснована на ретельному та безперервному дослідженні потреб цільового ринку. Іншими словами, стратегія маркетингу - це головний напрямок маркетингової діяльності, завдяки якому, стратегічні господарські підрозділи організації прагнуть досягти своїх маркетингових цілей. Головна мета маркетингової стратегії - це приведення можливостей підприємства в оптимальну відповідність з можливостями ринку, і тими факторами ринку, які не піддаються контролю даного підприємства. Не дивлячись на різні визначення стратегії, багато дослідників сходяться на думці, що стратегія є деталізованою за сферою діяльності компанії, ринком (сегментом) і часом. Стратегія відповідає на питання: що, коли, як досягти цілей компанії та за які кошти. Ключовим принципом розробки стратегії є узгодження кінцевого результату з реальними потребами та бажаннями споживача.

При формуванні стратегії підприємства необхідно враховувати нормативно-правові акти та забезпечувати їх дотримання в процесі діяльності. Дотримання законодавства сприяє стабільності діяльності, підвищенню довіри споживачів та інвесторів, зменшенню ризиків та підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Україна має ряд нормативно-правових актів, які регулюють діяльність підприємств і відображаються в їх стратегії. Найбільш важливими з них є : Кодекс законів про працю України, Господарський кодекс України, Податковий кодекс України, Цивільний кодекс України, Закон України "Про захист прав споживачів", Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища", Закон України "Про Антимонопольний комітет України", Закон України «Про захист економічної конкуренції».

Висновки. Основна мета стратегічного плану – чітко та систематично описати стратегічний вибір, зроблений компанією на основі аналізу, з метою забезпечення довгострокового розвитку компанії. Цей вибір, втілений у стратегічному плані, повинен бути систематично відображений у рішеннях і планах дій. Отже, розглянувши природу стратегії, можна зробити висновок, що стратегія є планом розвитку компанії і вимагає різних методів розумного розвитку.

Науковий керівник: Михайлик О.М.

5. Нормативно-правові вимоги до упаковки товару

Ольга Ткаченко, Володимир Сич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Однією зі складових товарної політики підприємства є забезпечення, розробка та впровадження якісної упаковки товарної продукції. Упаковка може багато розказати про товар. Тому, зрозуміло, що до упаковки державою висунуто чимало вимог, які закріплені в нормативних документах.

Матеріали і методи. В дослідженні використовувалися останні зміни в українському законодавстві, чинні нормативно-правові акти, наукові та публіцистичні статті з даної тематики.

Результати. Практично в усіх країнах існує законодавча база, що визначає основні вимоги до упаковки. Як правило, передбачено дотримання національних, регіональних і міжнародних стандартів до упаковки. Найбільш високі вимоги до упаковки товарів пред'являються в промислово розвинених країнах. Не менші, а може навіть і строгіші вимоги існують в країнах ЄС. У цих країнах реалізується спільно схвалена Директива Ради ЄС "Про упаковку і відходи від неї", відповідно до якої встановлені узгоджені правила і норми упаковки і маркування товарів. Наявність останніх гармонізує національні норми створення і використання упаковки. Відповідно до даної директиви, зокрема, для упаковки продовольчих товарів передбачено, що:

- до складу пакувального матеріалу повинна входити мінімальна кількість шкідливих для здоров'я людини речовин;
- об'єм і маса упаковки повинні бути мінімальними і забезпечувати збереження товару і безпеку його споживання;
- фізичні властивості товару і дизайн упаковки повинні бути придатні для його використання, а після закінчення терміну споживання товару його основні складові цінні компоненти можуть бути витягнені для їх переробки.

З наведеного вище виходить, що в країнах ЄС особлива увага приділяється питанням обов'язкового дотримання екологічних норм для упаковки.

В Україні вимоги до пакувальних матеріалів встановлено Технічним регламентом з підтвердження відповідності пакування (пакувальних матеріалів) та відходів пакування. Його розробили відповідно до Директиви ЄС про пакування та відходи пакування. Регламент регулює будь-яке пакування (пакувальні матеріали), що призначені для вміщення, захисту, переміщення, доставки та презентації товарів. Сюди входить: споживча тара, групова тара, транспортна тара. Згідно з Регламентом, виробники та імпортери мають:

- 1) забезпечити мінімально можливі місткість та вагу упаковки, але щоб не порушувати вимог безпеки та гігієни;
- 2) передбачити можливість його вторинного використання, перероблення чи відновлення;
- 3) мінімізувати наявність токсичних матеріалів;
- 4) забезпечити відповідність вимогам національних стандартів;
- 5) забезпечити дотримання рівня концентрації шкідливих елементів.

Висновки: Необхідно пильно слідкувати за змінами у законодавстві щодо регулювання пакування продукції. Для виробників це означає відповідальності за введenu в обіг упаковку, нові вимоги відповідності до упаковки та витрати на налаштування виробництв/ліній постачання під оновлене законодавство.

6. Нормативно-правове закріплення цілі та мети діяльності підприємства в його статуті

Ольга Ткаченко, Дар'я Манойло

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Діяльність підприємства на споживчому ринку спрямована на досягнення певних стратегічних і тактичних завдань, які дозволяють забезпечити конкурентноздатність і ефективну господарську діяльність, здатність виживати на ринку. Визначення поведінки підприємства починається з визначення його цілі.

Матеріали і методи. В дослідженні використовувалися останні зміни в українському законодавстві, чинні нормативно-правові акти, наукові та публіцистичні статті з даної тематики.

Результати. Цілі підприємства – це визначення якісних і кількісних характеристик функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне. Ціль функціонування підприємства утворює складну і взаємопов'язану систему, що залежить як від зовнішнього середовища, котре оточує підприємство, так і від внутрішніх факторів його функціонування.

Проте, в національних нормативних актах прийнято вживати термін «мета». В узагальненому вигляді під метою підприємства можна розуміти задоволення попиту юридичних та фізичних осіб у товарах, роботах, послугах та отримання на цій основі прибутку підприємством.

Відповідності до вимог законодавства, мета будь-якого підприємництва має бути зазначена в установчих документах цієї юридичної особи. Установчі документи викладаються письмово і підписуються всіма учасниками (засновниками) цього підприємства. В установчих документах повинні бути зазначені найменування підприємства, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації.

До установчих документів відносять статут, тобто зібрання обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність. У ньому зазначається точна назва підприємства, його місцезнаходження, форма власності, вид діяльності, місія функціонування та основні цілі, органи управління, порядок реорганізації і ліквідації та ін.

Мета виробничої діяльності підприємства має двоїстий характер: безпосередня мета і мотив діяльності — отримання прибутку від продажу продукції та послуг. Але отримувати прибуток можна лише виробляючи продукцію, що має попит і через те, підприємства змушені одночасно з нарощенням прибутку, домагатися задоволення збільшуваних потреб населення.

Висновки: Визначення мети діяльності підприємства є надзвичайно важливим. Оскільки, за метою і характером діяльності підприємства поділяються на комерційні (тобто ті, що мають комерційний характер з одержанням прибутку) та некомерційні (до них належить доброчинні, освітянські, медичні, наукові та інші організації невинробничої сфери народного господарства).

7. Повні та командитні товариства: порівняльна характеристика

Ангеліна Мохненко, Олена Негода

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повні та командитні товариства є невід’ємною складовою господарської діяльності, але кожне товариство має свою роль в цій системі.

Матеріали і методи. Метою дослідження є порівняння повного та командитного товариства. Основні матеріали для дослідження цієї теми – це Цивільний кодекс України та Господарський кодекс України

Результати. Щоб порівняти ці товариства треба знати що таке повне та командитне товариство. Як зазначається в п.1 ст.119 Цивільного кодексу України (далі ЦКУ) «Повним є товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов’язаннями усім майном, що їм належить.» та в п.1 ст.133 ЦКУ «Командитним товариством є товариство, в якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов’язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов’язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства.». З цих понять можемо побачити, що перша відмінність між товариствами є учасники. А саме що в повному товаристві усі учасники ведуть справи товариства та несуть солідарну відповідальність усім своїм майном, а в командитному учасники поділяються на дві групи. Перша група це повні учасники (ведуть спари товариства та несуть солідарну відповідальність усім своїм майном) та друга група – вкладники (не беруть участі в управлінні та несуть ризик збитків лише в межах зроблених вкладів).

В повному товаристві усі учасники спільно ведуть справи та засновницьким договором може бути передбачено ведення справ окремими учасниками. В командитному товаристві трішки все інакше управління здійснюється повними учасниками, а вкладники не мають права брати участі в управлінні. Також не багато відмінності у розподілі прибутку та збитків, в повному все розподіляється між учасниками пропорційно до їхніх часток у складеному капіталі, майже так само і в командитному, відмінність тільки що вкладники мають право на першочергове повернення вкладів у разі ліквідації товариства.

Висновки. Можна прийти до висновку що головна відмінність повного товариства від командитного товариства в тому, що в діяльності першої організації не передбачено участь вкладників або командитистів: всі засновники або нові члени товариства несуть повну відповідальність за результати в бізнесі. У свою чергу, в командитному товаристві є вкладники, які відповідають за збитки фірми тільки в межах про інвестованих сум.

В іншому правова природа обох типів розглянутих організацій збігається. Вони мають однаковий статус у стосунках з партнерами. У повних товаришів, які входять до складу командитного товариства, – ті ж права і обов’язки, як якщо б відповідне об’єднання не передбачало участі командитистів в бізнесі.

8. Роль та функції держави в інвестиційній діяльності підприємств

Олександр Левченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Надмірне втручання держави в інвестиційну діяльність підприємств негативно впливає на інвестиційний клімат та обмежується законом, однак в умовах воєнної відбудови України посилення її ролі є закономірним і навіть необхідним.

Матеріали і методи. В ході дослідження опрацьовано публікації у фахових виданнях і законодавчі джерела за темою методами аналізу і узагальнення.

Результати. В інвестиційній діяльності підприємств держава відіграє подвійну роль: інвестора і регулятора. Як інвестор держава частково або повністю фінансує державні інвестиційні проекти, або проекти підприємств в тих галузях, що мають для неї пріоритетне значення та/або є суспільно значимими. Приміром, Законом України «Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні» передбачається часткове державне фінансування проектів у 17 пріоритетних сферах, в тому числі з виробництва харчових продуктів, в розмірі 30% планового обсягу інвестиційних вкладень. Державні інвестиції здійснюються за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів, позик, міжнародних грантів, отриманих державою або під її гарантії, де вона сама стає реципієнтом інвестицій.

У ролі регулятора держава бере участь в інвестиційній діяльності підприємств опосередковано, виконуючи одразу три важливі функції [1]: регулятивну, заохочувальну (стимулюючу) і охоронну. Регулятивна функція пов'язана з процесом нормативно-правового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств в Україні та контролем за дотриманням його положень, організацією процесу управління державними інвестиціями в спільних з бізнесом або самостійних інвестиційних проектах, зупинкою (припиненням) інвестиційної діяльності підприємств у випадках, визначених чинним законодавством, реалізацією державних проектів залучення міжнародних інвестицій по типу платформи Advantage Ukraine і т.д.

Стимулююча функція передбачає вжиття державою різноманітних податково-амортизаційних преференцій, які заохочують підприємства до інвестиційної активності, зокрема, часткове або повне звільнення від оподаткування, пільгове кредитування, можливість застосування прискореної амортизації основних засобів тощо. Прикладом таких стимулів є державна програма спрощеного доступу до банківського кредитування за зниженими процентними ставками «Доступні кредити 5 – 7 – 9%», податкові пільги для інвесторів зі значними інвестиціями за вже згаданим Законом України чи для індустріальних (промислових) парків тощо.

Охоронна функція означає, що держава гарантує права суб'єктів інвестиційної діяльності і захищає їх інвестиційні вкладення. З початком війни ця функція набула особливого значення, оскільки воєнні ризики стають серйозними перешкодами на шляху до інвестування іноземних та вітчизняних капіталів у відбудову економіки країни та потребують посилення гарантії страхування (перестрахування).

Висновки. Більш глибоке розуміння ролі та функцій держави в інвестиційній діяльності підприємств дозволить віднайти усі точки їх взаємодії і зрозуміти, як зробити її максимально вигідною для обох сторін-учасників інвестиційного процесу.

Література

1. Суц О.П. Держава як суб'єкт інвестиційної діяльності. *Право та інновацій*. 2022. №3 (39). С. 77-83. DOI: 10.37772/2518-1718-2022-3(39)-11.

9. Правове забезпечення права фізичної особи на безпечні продукти харчування

Анна Пойда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання правового регулювання якості харчової продукції актуальне нині, оскільки право фізичної особи на безпечне для життя і здоров'я довкілля нерозривно взаємопов'язане із правом фізичної особи на безпечну харчову продукцію.

Матеріали і методи. Завданням дослідження є проведення аналізу права фізичної особи на безпечні продукти харчування в контексті права фізичної особи на безпечне для життя та здоров'я довкілля, виокремлення проблематики такої теми та пропозиції щодо вдосконалення національного законодавства з питання якості харчової продукції.

Результати. Харчові продукти – це об'єкти тваринного та рослинного походження, які використовуються в їжу в натуральному або переробленому вигляді як джерела енергії, харчових, біологічних та смако-ароматичних речовин. Важливими факторами у забезпеченні безпечності харчових продуктів для організму людини є: 1) відповідність складників харчового продукту вимогам, встановленим відповідною технічною документацією; 2) забезпечення безпеки харчового продукту можливе лише шляхом закріплення відповідних умов у нормативно-технічній документації стосовно кожного виду харчового продукту. Натепер якість харчової продукції регулюється, зокрема, Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». У 2014 році було внесено низку змін до українського законодавства у сфері безпеки та якості харчових продуктів. Основною зміною стало викладення Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» у новій редакції у зв'язку з євроінтеграційним процесом, який отримав нову назву «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Новий закон був покликаний посприяти гармонізації національного законодавства та законодавства Європейського Союзу, зокрема Регламенту Європейського Союзу № 178/2002 «Про встановлення загальних принципів та вимог у продовольчому праві, про створення європейського органу щодо безпечності харчових продуктів та про встановлення процедури забезпечення безпеки харчових продуктів». Адаптація українського законодавства до стандартів Європейського Союзу здійснюється шляхом: розвитку законодавства України у напрямі його наближення до законодавства Європейського Союзу та забезпечення високого рівня підготовки в Україні проектів, законів та інших нормативно-правових актів; створення правової бази для інтеграції України до Європейського Союзу; створення на законодавчому рівні загальнодержавного механізму адаптації законодавства, який визначав би цілі та сфери, етапи адаптації законодавства, складниками якого повинно бути фінансове, інформаційне, наукове та кадрове забезпечення тощо.

Висновки. Право на безпечні продукти харчування є одним з основних немайнових прав, які визначають соціальне буття фізичної особи. Воно є складником права фізичної особи на безпечне для життя та здоров'я довкілля.

Науковий керівник – Оксана Крамаренко

10. Президентські вибори- 2024: правові аспекти та можливість проведення

Ольга Ткаченко, Анастасія Олейнікова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Поточний рік в Україні мав відзначитися проведенням чергових Президентських виборів. Проте, повномасштабне вторгнення Російської Федерації та оголошення, як наслідок, воєнного стану та фактичні ведення воєнних дій на території України унеможливають організацію та проведення чергових виборів. Однак, чи все так неоднозначно?

Матеріали і методи. В дослідженні використовувалися останні зміни в українському законодавстві, чинні нормативно-правові акти, наукові та публіцистичні статті з даної тематики.

Результати. У відповідності Конституції України, Президентські вибори є однією з форм прояву демократії та народного волевиявлення. Вибори в суспільстві плюралістичної демократії, яким є сучасне українське суспільство, виконують ряд соціальних функцій, серед яких: функція забезпечення реального народовладдя; функція легітимної, ненасильницької зміни правлячих еліт; функція «відбору» політичних лідерів; функція недопущення узурпації влади; функція забезпечення політичної відповідальності за політичний курс тощо. Тому роль виборів досить важлива.

Навесні 2024 року в Україні повинні бути проведені чергові, восьмі за рахунком з моменту проголошення незалежності України у 1991 році вибори Президента України. Перший тур мав відбутись 31 березня, другий (у випадку призначення) - 21 квітня.

Проте, Закон України про «Про правовий режим воєнного стану» забороняє проведення будь-яких виборів. Зокрема, стаття 19 Закону «Гарантії законності в умовах воєнного стану» визначає, що в умовах воєнного стану забороняються: зміна Конституції України та Автономної Республіки Крим, проведення виборів Президента України, а також виборів до Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим і органів місцевого самоврядування; проведення всеукраїнських та місцевих референдумів; та проведення страйків, масових зібрань та акцій.

Треба також зазначити, що у відповідності до статті 108 Конституції України, президент виконує свої повноваження до вступу на пост новообраного президента.

Окрім того, треба брати до уваги можливість та небезпеку під час проведення будь-яких громадських зібрань, в тому числі і вибори. Під час війни неможливо гарантувати українцям безпеку під час волевиявлення. Також досить важко організувати реалізацію громадянами свого конституційного виборчого суб'єктивного права. Оскільки частина населення України перебуває на тимчасово окупованих територіях, частина – виїхала за кордон, а ще частина – це військові службовці, які не мають наразі можливості приймати участь у виборах президента.

Висновки: Ґрунтуючись на положеннях нормативно-правових актів, можемо зробити висновок, що до закінчення воєнного стану в Україні в його фактичному та юридичному значенні, проведення виборів Президента України є неможливим, недоречним та недоцільним.

11. Лібералізація державного управління в Україні: діалектика перетворень

Володимир Слободян

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Приведення управління у відповідність до міжнародних стандартів публічного управління та адміністрування є одним із стратегічних завдань української політичної і адміністративно-управлінської еліти, що зумовлюється новою суспільно-політичною дійсністю, в якій перебуває українська держава.

Матеріали і методи. Базовим методом дослідження став діалектичний метод, системний метод, поряд із аналізом, синтезом, дедукцією та індукцією, дав змогу сформувати бачення консерватизму як цілісного явища в усій його багатогранності та внутрішній діалектичності.

Результати. Лібералізація державного управління стала наслідком кризи державного управління в різні періоди в країнах Заходу. Ідейно-політичний тренд консерватизму, який бере свій початок із 60-х років XX століття, до сьогодні міцно утримує свої позиції в світовій політиці.

Концептуальними питаннями утвердження державності в Україні до сьогодні залишаються: 1) вироблення оптимальної форми державно-конституційного устрою, який би найкраще відповідав реаліям суспільно-політичного життя в Україні; 2) формування високопрофесійної політико-економічної, адміністративно-управлінської та інтелектуальної еліти України з відповідним рівнем правової культури і відчуттям відповідальності та обов'язку; 3) закладення інституційних та правових передумов для розвитку економічно спроможного та самодостатнього середнього класу; 4) вироблення новітньої політичної української ідентичності; 5) утвердження церковно-конфесійного миру та єдності. Зазначене коло питань складало і по сьогоднішній день складає проблемне поле аналітики та особливої уваги українського консерватизму і обумовлює концептуально-ідеологічний зв'язок між консерватизмом – традиціоналізмом та модерною традицією консервативного державотворчого мислення. Розвиток громадянського суспільства в Україні порушує монополію держави на керівництво суспільними перетвореннями. В цьому процесі беруть активну участь представники бізнесу і громадських організацій. Такий підхід в науці адміністративного права отримав назву якісного управління. Його зміст трактується фахівцями як процес, у рамках якого суспільні інститути, бізнес-організації та групи громадян артикують свої інтереси, здійснюють свої права та обов'язки і розв'язують суперечності. Ця концепція поєднала цінності та інтереси громадян, діяльність законодавчих, виконавчих і юридичних установ у такий спосіб, який припускає взаємодію між ними, що, у свою чергу, має значний вплив на вироблення і впровадження державної політики. Наукові концепції «врядування» та «належного врядування» є невід'ємними складовими публічних політик консервативних політичних курсів та ідеологій державотворення розвинутих держав. В їх ідейній основі знаходиться відображення і реалізацію світоглядно-ідеологічний комплекс понять, принципів та цінностей сучасної демократії як правової культури, що забезпечує інституціоналізацію прав та свобод громадян, що формують середній клас – основу розвитку та процвітання і водночас соціальну базу інституційно сильної та правової держави.

Висновки. В ситуації з українським досвідом державотворення слід зазначити, що існуючі намагання з лібералізації державного управління ще не отримали належного окреслення і назви в політичному полі держави у виді цілісного ідейно-ціннісного напрямку партійної політики. Українському консерватизму поряд із численними напрацюваннями з лібералізації державного управління здебільшого відводиться наукова площина існування та доктринального дозрівання і кристалізації.

12. Вимушений прогул: права працівника та відповідальність роботодавця

Ольга Ткаченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конституція України надає кожному право на праці та забезпечення себе засобами для існування. Це право може бути використане за власним бажанням кожного. Проте, на жаль, не поодинокі є випадки, коли людина позбавляється можливості працювати та, тим самим, отримувати заробітну плату.

Матеріали і методи. В дослідженні використовувалися останні зміни в українському законодавстві, чинні нормативно-правові акти, наукові та публіцистичні статті з даної тематики.

Результати. Для означення зазначеної правової ситуації в національного законодавстві використана юридична конструкція «вимушений прогул». Проте, КЗпП не розкриває дефініцію даного поняття, незважаючи на багаторазове її використання. І лише тлумачення приписів статті 235 КзпП та інших нормативних актів та рішень судових інстанцій дають підстави стверджувати, що під вимушеним прогулом мається на увазі час, протягом якого працівник не мав змоги виконувати свої трудові функції з вини роботодавця. Іншими словами, вимушений прогул – це проміжок часу, протягом якого працівник позбавляється можливості працювати, тобто виконувати трудові функції, обумовлені трудовим договором, та отримувати за це передбачену трудовим договором оплату праці внаслідок рішення чи/або дій керівника або уповноваженого ним органу.

Цікавими є роздуми С. Константиновського, який на підставі аналізу правової природи поняття «прогул» та лексичного значення слова «вимушений», вважає, що юридична конструкція «вимушений прогул» є абсурдною, а тому не повинна міститись у законодавстві. На його думку, необхідно винайти нове поняття, яке було б доречно закріпити в трудовому законодавстві для позначення цього явища [1].

Обов'язковою складовою вимушеного прогулу є протиправність дій чи бездіяльності роботодавця. Саме цей елемент визначає вимушеність невиконання трудової функції з боку працівника. Працівник не може вийти на роботу та реалізовувати належне йому право на працю й оплату праці через винні дії (бездіяльність) роботодавця. Ситуація вимушеного прогулу позбавляє працівника можливості працювати та отримувати за свою працю винагороду, а отже і засобів для існування. Отже протиправні дії роботодавця, які призвели до вимушеного прогулу є порушенням конституційних прав людини.

Склад трудового правопорушення у вигляді вимушеного прогулу утворюють його елементи, що одночасно є умовами матеріальної відповідальності роботодавця, а саме: неналежне виконання роботодавцем своїх трудових обов'язків; наявність майнової шкоди у вигляді втраченої працівником заробітної плати; причинний зв'язок між неналежним виконанням роботодавцем трудових обов'язків і заподіяною шкодою; вина роботодавця. Для притягнення роботодавця до матеріальної відповідальності необхідні усі чотири вищезазначені умови.

Висновки: Проаналізувавши досвід стосовно позначення такого явища, як вимушений прогул, стверджуємо, що ця категорія є відносно застарілою в трудовому законодавстві і вимагає суттєвих змін в правовому регулюванні.

Література.

1. Константиновський С. Правова природа юридичного явища «вимушений прогул». Підприємництво, господарство і право. 2018. № 12. С. 134-138 URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnlbpajpcgplefindmkaj/http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/12/25.pdf>

13. Альтернативні способи вирішення спорів: сучасні аспекти

Анна Буга, Сергій Корінний

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Альтернативне вирішення правових спорів («Alternative dispute resolution») може бути ефективною процедурою у вирішенні конфліктів без необхідності звернення до суду.

Матеріали та методи. В ході дослідження використано сучасні аспекти практичного характеру з питань застосування альтернативних способів вирішення спорів на території України, а його методологічну базу становлять методи логічного аналізу, структурування і узагальнення.

Результати. На сьогоднішній день прихильники альтернативних способів вирішення спорів доводять, що в процесі врегулювання спору між сторонами у справі перевага має надаватись саме програмі медіації (поза судовим розглядом), оскільки її роль значно зростає у світі. Альтернативні способи сприяють більш швидкому, менш витратному та менш конфліктному вирішенню спору, але вимагають від сторін взаємоприйняття та готовності до співпраці. Проаналізувавши сучасну судову практику, необхідно підкреслити, що не завжди доцільно вирішувати конфлікти за допомогою звернення до суду. Слід наголосити, що додаткові труднощі та ризики можуть виникати, особливо коли в суперечці залучені іноземні особи. Наприклад, необхідності використання процедур державного суду іншої країни можуть призвести до складнощів через незнання процесуальних правил цієї країни. Це може вимагати залучення місцевого адвоката, який не завжди має зацікавленість у швидкому завершенні судового процесу. Також, розгляд справи мовою країни, де розглядається справа, може потребувати перекладу всіх документів, що стосуються конфлікту, і часто цей переклад повинен бути засвідчений перекладачем під присягою. Цей переклад не завжди може бути точним, особливо в технічній або юридичній термінології. Додатковими складнощами є наявність кількох судових інстанцій, формалізм процесу, що сприяє затягуванню розгляду справи та додатковим витратам. Слід підкреслити, що альтернативні способи вирішення спорів мають свої обмеження: вони не підходять для складних правових питань, ефективніше у ситуаціях, коли потрібно встановити факти; вони неефективні у суперечках з численними учасниками, оскільки складно досягти угоди між ними; іноді одна сторона розглядає використання альтернативних методів як ознаку слабкості або визнання провини, але це не завжди так; оскільки альтернативні методи вимагають співпраці, вони можуть бути використані тільки за умови взаємодії сторін, а це може бути як перевага, так і недолік, оскільки це обмежує можливість застосування таких методів у випадках, коли сторони не бажають співпрацювати. Як фактори, що обмежують використання альтернативного способу вирішення конфліктів, можна вказати бажання однієї зі сторін встановити судовий прецедент, залучити увагу громадськості до певної проблеми або потреба у «сповільненій тактиці», коли відтермінування вирішення спору вигідне будь-якій зі сторін.

Висновки. В суспільстві зріс інтерес до використання альтернативних методів вирішення конфліктів, а саме використання медіації, яка надає сторонам вплив на ключові процеси ухвалення рішень. Альтернативні методи розв'язання суперечок, як і інститути саморегулювання громадянського суспільства, можуть існувати поруч із судовою процедурою захисту, не втручаючись у конституційні права громадян на судовий захист. Завдяки альтернативним методам вирішення суперечок, сторони можуть здійснювати самостійне вирішення конфліктів на взаємовигідних умовах, що сприяє підвищенню їхньої репутації та збереженню партнерських відносин.

14. Аналіз сучасного європейського законодавства в сфері відповідальності юридичних осіб

Луїза Хачатрян, Мар'яна Задніпряна-Корінна
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У більшості європейських країнах поняття «відповідальність юридичних осіб» сформувалося у двох основних значеннях: відповідальність, що випливає з контракту; деліктна відповідальність, що випливає з зобов'язання визначеного у законі.

Матеріали та методи. У дослідженні використано загально-наукові методи: методологічного та теоретичного аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення.

Результати. На сьогоднішній день європейські вчені зазначають про необхідність прийняття значно більшої кількості спеціальних актів щодо відповідальності юридичних осіб за порушення законодавства. При аналізі сучасного європейського законодавства в сфері відповідальності юридичних осіб важливо розглянути особливості колективних суб'єктів та дослідити підходи, викладені у кодифікованих актах країн Європи щодо притягнення їх до відповідальності та застосування санкцій. Варто відзначити, що на теоретичному рівні потрібно розробити концептуальні положення стосовно вини юридичної особи, її керівників та органів управління, визначити склад відповідних діянь, включаючи комплексний підхід до вини колективних суб'єктів. Дане питання є нагальним в багатьох країнах в сферах цивільного, адміністративного, господарського та кримінального права. Наприклад, запровадження відповідальності юридичних осіб за кримінальні злочини рекомендується низкою міжнародно-правових актів. У Кримінальному кодексі Французької Республіки визначено, що юридичні особи можуть бути притягнуті до кримінальної відповідальності окремо від фізичних осіб або разом з ними. Крім того, відповідальність юридичних осіб за кримінальні дії настає лише за ті правопорушення, які спеціально передбачені законом (принцип спеціалізації). Відповідно до зазначеного кодексу юридичні особи можуть бути притягнуті до кримінальної відповідальності за будь-які злочини та порушення, що стосуються основних інтересів держави, таких як тероризм, корупція, зловживання владою. У Кримінальному кодексі Австрії прямо не передбачено відповідальність юридичних осіб, обмежуючись лише фізичними особами. Однак встановлено, що у випадку збагачення юридичної особи завдяки вчиненню злочину проти фізичної особи або за рахунок майна її, отриманого від злочину, юридична особа зобов'язана виплатити суму відшкодування, що відповідає сумі незаконного збагачення. Також варто зазначити, що принцип спільної відповідальності, який передбачає, що орган або представник юридичної особи, який вчинив злочин від імені юридичної особи, також може бути притягнутий до кримінальної відповідальності. Метою цієї відповідальності є уникнення випадків, коли юридична особа використовується для приховування беззаконних дій своїх керівників або представників. У зарубіжних підручниках прослідковується аспекти щодо відокремлення понять кримінальної відповідальності та караності, причому кримінальна відповідальність розглядається як об'єднання концепцій осудності та вини. Дослідники наголошують на тому, що за природою юридична особа не може мати суб'єктивного ставлення до кримінального злочину.

Висновок. Під час аналізу європейського законодавства нами встановлено, що деякі кодекси містять принцип солідарної відповідальності юридичної особи за сплату кримінального штрафу, який накладений на її керівника або представника, якщо останні діяли від імені або на користь такої особи. Також, у деяких країнах законодавець прийшов до висновку, що завдання забезпечення кримінально-правової охорони можна вирішити за допомогою застосування адміністративних санкцій до юридичних осіб.

15. Важливість ефективної взаємодії держави та бізнесу для економіко-правового забезпечення господарської діяльності

Оксана Відоменко, Ілля Хижняк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Економіко-правове забезпечення господарської діяльності підприємства – як комплексна система, націлена на регулювання та стимулювання діяльності підприємств задля максимізації прибутку та забезпечення добробуту суспільства.

Матеріали і метод. Для дослідження використано загальнонаукові методи узагальнення, аналізу та синтезу. Було опрацьовано сучасні джерела, а саме: законодавчі акти, монографічні видання, публікації у періодичних виданнях.

Результати. Ефективне економіко-правове забезпечення є критичним фактором для успішного функціонування підприємств та розвитку економіки країни загалом. Воно потребує постійного вдосконалення правової бази. Це означає оновлення законодавства відповідно до сучасних економічних реалій та потреб бізнесу.

Правова база повинна бути прозорою, стабільною та передбачуваною. Підприємства мають чітко розуміти свої права та обов'язки, а також правила ведення господарської діяльності. Це мінімізує ризики та сприяє залученню інвестицій.

Економічне регулювання має стимулювати підприємницьку діяльність, спрямовуючи її у русло розвитку та інновацій. Окрім удосконалення правової бази, важливим є застосування дієвих економічних інструментів, таких як податкова, антимонопольна, кредитно-грошова державні політики, чи інформаційне забезпечення

Так, одним з інструментів податкової політики є: використання податкових пільг у підтримці малого та середнього бізнесу, чи підприємств, що інвестують у модернізацію виробництва й впровадження нових технологій. У той час як кредитно-грошова політика впливає на доступність кредитних ресурсів для підприємств (прийнятні процентні ставки, особливо для інвестиційних кредитів). Антимонопольна політика має сприяти підтримці конкуренції на ринку (запобігати встановленню монополю високих цін, стимулювати підприємства підвищувати ефективність своєї діяльності). Важлива роль належить і державному сприянню розвитку інформаційної інфраструктури, забезпеченню вільного доступу до відкритих даних та підтримці діяльності спеціалізованих інформаційних ресурсів.

Важливо також налагодити ефективну комунікацію між державними органами та представниками бізнесу, задля спільної розробки стратегій економічного розвитку та ефективної реалізації цих стратегій через зростання конкурентоспроможності національних підприємств та добробуту суспільства.

Висновки. Ефективне економіко-правове забезпечення є критичним фактором для успішного функціонування підприємств та розвитку економіки країни загалом. Воно потребує постійного вдосконалення правової бази, застосування дієвих економічних інструментів та забезпечення доступу до достовірної інформації. У цьому контексті важлива співпраця держави та бізнесу для створення сприятливого середовища, що забезпечуватиме зростання конкурентоспроможності підприємств та добробуту суспільства.

16. Економічно-правове забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства

Марія Давидчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Підприємства у сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції мають розуміти важливість ефективного економічного та правового забезпечення для підвищення їхньої конкурентоспроможності. Оптимізація цих аспектів стає критичною для стійкого розвитку підприємств у сучасному світі.

Матеріали і методи. Для вивчення економічно-правового забезпечення підвищення конкурентоспроможності українських підприємств були використані як кількісні, так і якісні методи дослідження. У дослідженні також використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення та систематизації.

Результати. Конкурентоспроможність підприємства визначається як системне поняття, котре знайшло своє відображення у конкурентних перевагах конкретного підприємства над іншими у сукупності параметрів (економічних, фінансових, виробничих, ринкових, кадрових, товарних тощо), що певним чином пов'язані між собою та формують пріоритетну унікальність та закріплення позицій на певному ринку у конкретний проміжок часу при визначеному впливі середовища функціонування.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства може бути досягнуто через різноманітні заходи з економічного забезпечення. Ефективне управління витратами, інновації та дослідження і розробки (R&D), що дозволяє підприємству розробляти нові продукти, послуги або технології, які відповідають потребам ринку і надають йому конкурентну перевагу. Підвищення якості продукції або послуг, маркетинг і брендування, ефективне використання технологій.

Правове забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в Україні має важливе значення для створення сприятливого бізнес-середовища та захисту прав інвесторів. Його підвищенню сприяють: антимонопольне законодавство, законодавство про захист прав власності, податкове законодавство, законодавство про інтелектуальну власність, законодавство про торговельні відносини і контракти, законодавство про охорону навколишнього середовища.

Висновки. Економічно-правове забезпечення є важливим, оскільки воно створює стійку основу для функціонування економічних систем, сприяючи стабільності та розвитку суспільства. Правові норми регулюють економічні відносини, захищаючи права та інтереси учасників ринку, що сприяє збереженню довіри та залученню інвестицій. Економічне забезпечення через правові механізми дозволяє зберігати баланс між конкуренцією та ефективністю, що сприяє сталому зростанню економіки.

Науковий керівник: Михайлик О.М.

17. Забезпечення демократії та ефективного функціонування держави

Артем Лебеденко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Демократія вимагає адаптації та пошуку відповідей на виклики сучасного світу. Це стимулює до аналізу проблем, що впливають на розвиток сучасної демократії, та пошук ефективних методів політичної практики у нових умовах.

Матеріали та методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення та систематизації на основі законодавчої бази України.

Результати. Забезпечення демократії та ефективного функціонування держави включає в себе різноманітні аспекти: наявність правової бази, а саме створення та підтримка правової бази, яка гарантує захист прав та свобод громадян, зокрема право на свободу слова, зібрань, релігійні свободи тощо; виборча система, а саме розробка та впровадження справедливої та прозорої виборчої системи, яка дозволяє громадянам обирати представників для урядового та законодавчого органів на основі загального, рівного та секретного голосування; публічна участь, а саме забезпечення можливостей для широкої публічної участі у прийнятті рішень, включаючи консультації з громадськістю, публічні слухання та інші механізми, що дозволяють громадянам висловлювати свою думку; розподіл влади, а саме запобігання концентрації влади в одних руках шляхом розподілу владних повноважень між різними гілками влади та рівнем урядових органів; прозорість та відкритість, а саме забезпечення прозорості та відкритості у діяльності державних установ, включаючи доступ до інформації, відкритість процесів прийняття рішень та відкритий доступ до урядових документів; контроль та баланс влади, а саме забезпечення механізмів контролю за владою, включаючи незалежність судової системи, аудиторські та контрольні органи, а також парламентський контроль. Згідно з теорією розподілу влади, державна влада повинна бути розділена на три незалежні гілки - законодавчу, виконавчу та судову - які мають стримувати одна одну та доповнювати одна одну. Слід виділити також важливість відкритості та прозорості урядового апарату перед громадянами, а також необхідність притягнення державних органів до юридичної відповідальності за їхні дії. Це вважається основною умовою сучасної демократії, оскільки громадяни повинні мати можливість контролювати дії уряду та відстежувати, чи діють вони відповідно до закону та в інтересах суспільства. Такий підхід відкритого уряду, заснований на принципах прозорості відкритості перед громадянами, дійсно вважається важливим для забезпечення демократії та ефективного функціонування держави. У європейських країнах активно розробляються і реалізуються різноманітні проекти, спрямовані на поширення цінного досвіду щодо відкритості дій органів влади та забезпечення доступу громадян до інформації. В Кодексі належної адміністрації, опублікованому Радою Європи, визначено принцип прозорості як обов'язок органів державної влади надавати належну інформацію приватним особам. У загальному розумінні, цей принцип передбачає створення відкритого діалогу з громадськістю на всіх етапах ухвалення рішень, а також постійний доступ до повної, об'єктивної інформації щодо діяльності органів державної влади та їх посадових осіб відповідно до норм, закріплених у законодавстві.

Висновок. Сучасна демократія стикається з різноманітними проблемами, які мають різний характер. З одного боку, це внутрішні недосконалості та парадоксальні аспекти її природи. З іншого боку, це проблеми, що виникають у зв'язку з розбіжностями між реалізацією демократії у практиці та уявленнями про її ідеальний стан. Ці проблеми можуть виникати як через політичну поведінку звичайних громадян, так і через недосконалість дій політичної еліти.

18. Взаємодія держави та бізнесу в умовах сьогодення.

Катерина Пшенична

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день взаємодія держави та бізнесу є надзвичайно важливою для забезпечення стабільного функціонування економіки та суспільства.

Матеріали та методи. Для дослідження питання використано метод аналізу, порівняння, групування та аргументації.

Результат. Взаємодія держави та бізнесу в сучасних умовах сприяє економічному покращенню, соціальному розвитку та створенню сприятливих умов для розвитку підприємництва. Підприємницька діяльність генерує значну частину економічного зростання через створення робочих місць, виробництво товарів і послуг, інвестиції в інфраструктуру та розвиток нових технологій. Слід підкреслити, що державні програми підтримки малого та середнього бізнесу, а також спрощення процедур реєстрації та оподаткування, сприяють розвитку підприємництва. Підприємницька діяльність є джерелом інновацій та нових технологій, які можуть підвищити конкурентоспроможність економіки та покращити якість життя громадян. Держава та бізнес співпрацюють у міжнародних торгових відносинах, укладанні торгових угод, захисті інтересів на міжнародному рівні та розвитку міжнародних ринків, адже залучення іноземних інвестицій та розвиток експортних можливостей є важливими аспектами співпраці з бізнесом для зміцнення позицій країни на міжнародному ринку. Також, співпраця з підприємствами допомагає державі розробляти ефективні та збалансовані регуляторні політики, які сприяють розвитку бізнесу, захисту споживачів та збереженню довкілля. Держава встановлює закони та нормативи, що регулюють діяльність бізнесу, в той час як бізнес вносить пропозиції щодо розвитку законодавства та участь у процесі його формування. Як підтвердження цьому, слід підкреслити, що саме право має значний вплив на різні напрямки бізнесу, адже правові норми визначають рамки для діяльності підприємств, встановлюють правила та забезпечує захист прав і інтересів усіх зацікавлених сторін. Наприклад, сфера захисту прав власності, саме правові норми в цій сфері забезпечують власникам правовий захист їх власності, включаючи майно, інтелектуальну власність, патенти та товарні знаки; сфера регулювання діяльності, саме правові норми в цій сфері встановлюють правила, якими має керуватися бізнес, включаючи умови реєстрації, ліцензування, оподаткування, охорони праці, охорони навколишнього середовища та інші; сфера договірних відносин, саме правові норми стосовно укладення та виконання контрактів регулюють взаємодію між бізнесами та їх клієнтами, постачальниками та партнерами; сфера фінансового права, правові норми у сфері фінансів та банківської діяльності регулюють банківські операції, інвестиції, страхування та інші фінансові аспекти діяльності бізнесу; сфера податкового права, регулює правові норми з податкової сфери визначають ставки податків, процедури подання звітності, правила оподаткування прибутку та інші фіскальні аспекти діяльності бізнесу.

Висновок. Співпраця з бізнесом дозволяє державі ефективно виконувати свої функції та досягати стратегічних цілей, сприяючи економічному, соціальному та технологічному прогресу.

19. Правові аспекти податкового навантаження суб'єктів господарювання в Україні

Ольга Ткаченко, Анна Коломісць

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним з основних інститутів держави, який здійснює значний регулюючий вплив на економіку держави, є податки. Ключовою умовою оптимального руху фінансових ресурсів є нормалізація податкового навантаження на економіку держави в цілому, та на її регіони і економічних суб'єктів зокрема.

Матеріали і методи. В дослідженні використовувалися останні зміни в українському законодавстві, чинні нормативно-правові акти, наукові та публіцистичні статті з даної тематики.

Результати. В Україні на сьогодні не існує ні чіткого визначення понять «податковий тягар», «податковий тиск» або «податкове навантаження», ні загальноприйнятої методології їх обчислення. З цієї причини і відсутня офіційна статистика щодо цих показників. І лише, спираючись, на окремі розрізнені дані, можна скласти уяву про складові показники податкового навантаження та їх вплив на економічну діяльність суб'єктів господарювання.

В науковій правовій та економічній літературі зазначені категорії часто ототожнюються та вживаються як синоніми. Більшість визначень поняття „податкове навантаження” обмежується алгоритмом його обчислення. Проте загальноприйнятим є тлумачення податкового навантаження, як питомої ваги сплачених до бюджетів усіх рівнів окремим суб'єктом податків та їх вплив на фінансовий стан та основні економічні показники діяльності цього суб'єкта.

Податкове навантаження може розраховуватись на різних економічних рівнях: для групи країн; для окремої держави; для окремих регіонів; за галузями економіки; за групами схожих підприємств; за окремими суб'єктами господарювання; за фізичними особами тощо. Найбільшого практичного значення набуло тлумачення та розрахунок податкового навантаження відносно окремого господарюючого суб'єкта, як основи економіки держави.

Податкове навантаження використовує сукупність специфічних показників, що розраховується для аналізу впливу податкових платежів на фінансовий стан економічного суб'єкта, а в масштабах країни показує вплив податкових надходжень на економічне зростання в державі. До показників, що характеризують податкове навантаження можна віднести такі показники: загальна ефективна ставка податку, коефіцієнт податкомісткості реалізованої продукції, податковіддача доходів, податковіддача витрат, податковіддача активів, прибуток на 1 грн. сплачених підприємством податків, коефіцієнт оподаткування доходу, коефіцієнт оподаткування прибутку тощо.

Висновки: Проблематика податкового навантаження є досить актуальна для будь-якої економічної системи. І водночас, є недостатньо вивчена та проаналізована. Вимагають додаткового дослідження складові показники податкового навантаження, алгоритми їх розрахунків.

20.5.

Human resources management

Chairperson – associate professor Liana Maznyk

Secretary – associate professor Lyubov Tertychna

20.5.

Менеджмент персоналу

Голова – доцент Ліана Мазник

Секретар – доцент Любов Тертична

1. Мотивування персоналу в умовах невизначеності

Наталія Антоненко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний світ характеризується стрімкими змінами та невизначеністю. Цей фактор значно впливає на мотивацію персоналу, адже люди почуваються незахищеними та втрачають впевненість у майбутньому. Тому перед керівниками постає важливе завдання – навчити своїх працівників бути стійкими до змін та знаходити мотивацію до роботи навіть в умовах невизначеності.

Матеріали і методи. Для проведення дослідження було застосовано два методологічні підходи: теоретичний та емпіричний. Таким чином, поєднання цих підходів забезпечило всебічне та ґрунтовне дослідження даної теми.

Результати. В сучасному світі потрібно розуміти що зовнішнє середовище змінюється дуже швидко і передбачити його складно. Тому потрібно запроваджувати нові методи мотивації персоналу, які будуть ефективними та сприяти зростанню продуктивності праці. В непростий час люди піддаються багатьом факторам, які сприяють моральному вигоранню, а саме: стрес, паніка, переживання, збільшення навантаження та обсягу роботи, відсутність визнання та винагород у зв'язку з кризами. Потрібно розуміти що в таких випадках до персоналу потрібно підбирати індивідуальний підхід. Підприємству потрібно вжити низку заходів аби не втратити своїх співробітників [2].

По-перше, створити атмосферу довіри та поваги. Цей напрямок передбачає проводити регулярні зустрічі з персоналом, заохочувати відкрите спілкування, створення системи зворотного зв'язку. По-друге, забезпечити чітку та прозору комунікацію. Це може бути, наприклад, інформування персоналу про всі зміни, роз'яснювати причини та наслідки цих змін, бути доступним для відповідей на запитання. По-третє, підтримувати та розвивати персонал, а саме: надавати можливості для навчання та розвитку, заохочувати саморозвиток, проводити тренінги з розвитку стійкості до стресу. По-четверте, створити гнучкі умови праці. Це може бути запропонований гнучкий графік роботи, можливість віддаленої роботи, альтернативні графіки роботи. По-п'яте, дбати про психологічний стан персоналу, а саме: надавати доступ до психологічної допомоги, проводити тренінги з управління стресом, створити атмосферу психологічної безпеки [1].

Можна вжити більш масштабні заходи, але потрібно не забувати що вони можуть не дати таких ефективних результатів.

Важливо пам'ятати, що люди – це найцінніший ресурс будь-якої організації, тому їх мотивація є ключовим фактором успіху в будь-яких умовах (пандемії, військові дії, екологічні катастрофи, фінансові кризи тощо).

Висновки. Мотивувати персонал в умовах невизначеності можливо, але це потребує від керівництва значних зусиль та комплексного підходу. Створення сприятливої атмосфери, підтримка та розвиток персоналу – це ключові фактори успіху в будь-яких умовах.

Література

1. Мотивація персоналу в умовах віддаленої роботи. *online.novaposhta.education*. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/motivatsiya-personalu-v-umovah-viddalenoyi-roboti> (дата звернення: 6.03.2024).
2. Управління мотивацією персоналу в умовах постпандемії та воєнного стану. *journals.ontu.edu.ua*. URL: <https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/download/2426/2606/> (дата звернення: 5.03.2024).

2. Використання інформаційних технологій у менеджменті персоналу підприємства

Лада Бойко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Використання інформаційних технологій у менеджменті персоналу підприємства обумовлене зростанням ролі інформаційних технологій у всіх сферах людської діяльності. Інформаційні технології дозволяють автоматизувати багато рутинних процесів, підвищити ефективність роботи з персоналом, а також приймати більш обґрунтовані управлінські рішення.

Матеріали і методи. У цій роботі застосовано методи аналізу, узагальнення. Використана наукова література з питань менеджменту персоналу, інформаційних технологій, діджиталізації HR-процесів.

Результати. Інформаційні технології у менеджменті персоналу підприємства – цілеспрямовані організовані сукупності інформаційних процесів з використанням засобів обчислювальної техніки, що забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, розосередження даних, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування [2]. Серед них можна відзначити програми для управління кадрами, системи аналітики даних у сфері HR, онлайн-платформи для навчання та розвитку персоналу, електронні системи управління робочим часом та відпустками, а також засоби для здійснення комунікації та співпраці між співробітниками. Прикладами таких програм можуть бути SAP SuccessFactors, Oracle HCM Cloud, Workday Human Capital Management, Microsoft Dynamics 365 Human Resources, а також такі онлайн-платформи, як LinkedIn Learning, Coursera, Udemy тощо [1].

Використання інформаційних технологій у менеджменті персоналу дозволяє забезпечити швидкий доступ до інформації про персонал, автоматизувати процеси адміністрування та аналізу даних, зменшити час, необхідний для виконання рутинних завдань, а також поліпшити співпрацю та комунікацію між учасниками управлінських процесів [3]. Загальні результати дослідження підтверджують, що використання інформаційних технологій у менеджменті персоналу є важливим елементом сучасного бізнесу, що приносить значний практичний ефект у різних аспектах управління людськими ресурсами.

Висновок. Отже, використання інформаційних технологій у менеджменті персоналу є ефективним інструментом для підвищення ефективності роботи з персоналом, зменшення витрат на виконання HR-функцій, підвищення рівня мотивації та задоволеності працею персоналу, а також покращення якості прийняття управлінських рішень у сфері HR.

Література

1. Данилевич Н.; Рудакова С.; Щетініна Л.; Касяненко Я. Діджиталізація HR-процесів у сучасних реаліях. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 3 (64). С. 147-156. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.03.147.
2. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.
3. Огренич, Ю., Курдупа, В. Діджиталізація як фактор розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах змінності ринкового середовища. *Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки*. 2023. № 1 (57). С. 14-21. DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2023-1-57-02>.

3. Підвищення ефективності режимів праці та відпочинку на харчових підприємствах

Дар'я Бруквенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективність роботи харчових підприємств значною мірою залежить від раціональної організації режимів праці та відпочинку персоналу. Дотримання оптимальних режимів дозволяє покращити працездатність, знизити рівень втоми, запобігти травматизму та профзахворюванням, а також підвищити якість продукції.

Матеріали і методи. Для дослідження було використано загальнонаукові методи, зокрема аналізу та синтезу.

Результати. Режим праці та відпочинку на харчових підприємствах регламентується Кодексом законів про працю України, а також галузевими нормативними актами. Він складається з таких елементів [1]:

- Тривалість робочого тижня: не більше 40 годин для тижневої норми тривалості робочого часу.
 - Тривалість робочого дня: не більше 8 годин при п'ятиденному робочому тижні.
 - Перерви на відпочинок протягом робочого дня: не менше 30 хвилин.
 - Щотижневий відпочинок: не менше 24 годин.
 - Відпустки: щорічна основна відпустка та додаткові відпустки.
- На ефективність режимів праці та відпочинку впливають такі фактори:
- Характер праці: фізична, розумова, монотонна, динамічна тощо.
 - Умови праці: мікроклімат, шум, вібрація, освітлення тощо.
 - Вік та стан здоров'я працівників.
 - Рівень організації виробничого процесу.

Для підвищення ефективності режимів праці та відпочинку на харчових підприємствах рекомендується вживати таких заходів:

- впровадження гнучких графіків роботи: ковзаючий графік, поділ робочого дня на частини тощо;
- створення комфортних умов праці: дотримання санітарно-гігієнічних норм, забезпечення спеодягом та засобами індивідуального захисту;
- проведення виробничої гімнастики та фізкультурних пауз;
- організація кімнат відпочинку та психологічного розвантаження;
- забезпечення санаторно-курортним лікуванням та оздоровленням працівників.

Підвищення ефективності режимів праці та відпочинку на харчових підприємствах може призвести до таких економічних результатів:

- зростання продуктивності праці;
- зниження рівня травматизму та профзахворювань;
- зменшення викривлень трудової дисципліни;
- покращення якості продукції.

Висновки. Раціональна організація режимів праці та відпочинку на харчових підприємствах є важливим фактором підвищення ефективності роботи та забезпечення безпечних умов праці.

Література

1. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 9.03.2024).

4. Процес впровадження креативного менеджменту на підприємстві

Олександра Вашкулат

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Креативний менеджмент є ключовим інструментом для сучасних підприємств, спрямованим на стимулювання інновацій та забезпечення конкурентоспроможності шляхом активізації творчості працівників та впровадження нових ідей та рішень. Впровадження цієї стратегії дозволяє підприємствам адаптуватися до змін на ринку та забезпечувати свій тривалий успіх у глобальному бізнес-середовищі.

Матеріали і методи. В роботі використано результати напрацювань українських науковців щодо вивчення процесів впровадження креативного менеджменту на підприємстві.

Результати. Креативний менеджмент – це систематичні дії керівника компанії з метою стимулювання розробки новаторських ідей для вирішення виробничих та економічних завдань та активізації творчого піднесення працівників. Впровадження креативного менеджменту в організації вважається одним із важливих й ефективних інструментів конкурентної боротьби, оскільки сприяє створенню нових ідей, рішень та удосконаленню продуктів та послуг на більш якісному рівні. Крім того, креативний менеджмент допомагає організації переходити на нову філософію ведення бізнесу та функціонування загалом [1].

Процес впровадження креативного менеджменту на підприємствах передбачає кілька ключових кроків [2]:

- ініціатива активізує творчий процес та стимулює інноваційний дух в компанії, включаючи в себе встановлення нових цілей та відкритий діалог з колективом;
- реалізація цілей креативного менеджменту включає створення інноваційних продуктів, підвищення продуктивності та адаптацію до змін на ринку через збільшення кількості та покращення якості ідей;
- застосування методів креативності, таких як брейнштормінг, дизайн-мислення та аналіз трендів, для генерування ідей є ключовим елементом креативного менеджменту;
- співробітники пропонують ідеї, які після цього піддаються оцінці з точки зору інноваційного потенціалу, ризиків та ресурсів, необхідних для реалізації, найкращі відбираються для подальшого розвитку;
- креативні ідеї та рішення перетворюються на інноваційні продукти та методи, що підвищують конкурентоспроможність підприємства.

Висновки. Впровадження креативного менеджменту на сучасних підприємствах є ключовим елементом стратегії розвитку, спрямованої на стимулювання творчості та інновацій. Цей процес включає системи та кроки, що зроблять підприємство більш конкурентоспроможним та адаптивним до змін, забезпечуючи тривалий успіх.

Література

1. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.
2. Христенко О. В. Особливості впровадження креативного менеджменту на сучасних підприємствах. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 2 (125). С. 104-109. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-17>.

5. Удосконалення структури персоналу підприємства

Ярина Гладка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах швидкої зміни технологій, ринків і конкурентного середовища, удосконалення структури персоналу підприємства є ключовим елементом стратегічного управління. Важливість цього аспекту посилюється в умовах глобалізації, коли компанії змушені конкурувати на міжнародному ринку та адаптуватися до різноманітних культурних та правових контекстів.

Матеріали і методи. У цій роботі використано статті українських науковців щодо дослідження удосконалення структури персоналу підприємства, застосовані методи аналізу та синтезу, логічного узагальнення.

Результати. На сучасному етапі ефективна структура персоналу підприємства передбачає не лише належний рівень кваліфікації працівників, але й їх гнучкість та здатність адаптуватися до змін [1]. Крім того, важливим аспектом удосконалення структури персоналу є створення стимулюючої робочої атмосфери, що сприяє мотивації працівників до досягнення високих результатів та інновацій.

Система мотивації, базована на чітких критеріях оцінки результатів та можливостях професійного зростання, дозволяє залучити та утримати найкращих кадрів. Ще одна значна проблема, яку потрібно вирішити при удосконаленні структури персоналу, - це впровадження сучасних методів управління та комунікації, що сприяють підвищенню ефективності роботи колективу та зменшенню конфліктних ситуацій.

Активне використання інформаційних технологій та інструментів для спільної роботи дозволяє підприємствам оптимізувати робочі процеси та забезпечити швидке реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища [2].

Удосконалення структури персоналу підприємства є критично важливим аспектом стратегічного управління, оскільки неефективна структура може призвести до низки негативних наслідків. Серед таких наслідків можуть бути нестабільність внутрішніх процесів, недосягнення поставлених цілей, низький рівень продуктивності та втрати на ринку. Тому для сучасних компаній стає надзвичайно важливим вміння адаптувати структуру персоналу до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Висновки. Загалом, удосконалення структури персоналу підприємства сприяє підвищенню ефективності, конкурентоспроможності та стійкості бізнесу. Це дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у середовищі, залучати та утримувати висококваліфікованих співробітників і забезпечувати високу якість продукції та послуг.

Література

1. Будякова О. Ю., Новікова А. К. Удосконалення структури персоналу підприємства. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : VI Міжнародна науково-практична конференція, м. Тампере (Фінляндія), 07.12.2021 р. С. 73-78.
2. Харун О. А. Формування професійно-кваліфікаційної структури персоналу підприємств в контексті інноваційних перетворень. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2017. Випуск 26. Частина 2. С. 14-16.

6. Ефективність системи управління персоналом підприємства під час військових дій

Альбіна Горобець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На практиці ми вже дізнались, що незалежно від території, статусу компанії чи інших можливих умов, військові дії все одно провокують появу неординарних викликів для всіх систем управління персоналом. Саме тому вони вимагають специфічних підходів та стратегій для забезпечення успішного функціонування підприємства, а також підтримки військових, котрі їх захищають.

Матеріали і методи. Дані тези написані на основі аналізу наукової літератури, досліджень та емпіричних даних, що спрямовані на з'ясування впливу військових дій на систему управління персоналом.

Результати. В першу чергу потрібно зрозуміти, що військові дії можуть вплинути не лише на фізичну безпеку працівників, а також і на їх психологічний стан. Саме про це найчастіше забувають роботодавці. Те, що входить в фізичну безпеку ми всі вже добре знаємо, але щодо психологічної безпеки, ознайомлений далеко не кожен.

Перелік психологічних проблем викликаних військовими діями дуже великий, до нього входять: страх, стрес, тривога, гнів, порожнеча, зниження здатності відчувати задоволення, нічні кошмари, погана концентрація уваги, недовіра, дратівливість та інші психологічні розлади, які з часом перетворюються на посттравматичний стресовий розлад (ПТСР). В свою чергу це може викликати низку хворобливих симптомів.

Перед впровадженням будь-яких стратегій, важливо врахувати декілька аспектів [1]:

1. Оцінка психологічних потреб працівників.
2. Надання всіх доступних ресурсів (фізичних та психологічних).
3. Належна підготовка та тренування у разі екстремальних подій.
4. Регулярний моніторинг та оцінка впроваджених стратегій.

Ці аспекти допоможуть у найкоротші строки встановити потрібний алгоритм дій та забезпечити вчасну психологічну підтримку.

Щодо стратегій захисту психологічної безпеки працівників, я пропоную розглянути такі 3 варіанти:

1. Забезпечення додатковими ресурсами для підвищення кваліфікації. Саморефлексія, інформаційна гігієна та інше, є пріоритетними під час військових дій.
2. Психологічна підготовка у разі екстремальних ситуацій. Коли людина знає що роботи у разі небезпеки, її рівень тривожності значно зменшується.
3. Постійний супровід кваліфікованого психолога. Це допоможе працівникам впоратись з поганими думками.

Висновки. Військові дії стають випробуванням для систем управління персоналом, але при швидкому та якісному прийнятті рішень, також можуть стати стимулом для розвитку. Головне постійно вдосконалювати стратегії управління, аби забезпечити безпеку та продуктивність персоналу в умовах військових дій.

Література

1. Філіпович В., Бачинська С., Протас О. Психологічна підтримка постраждалих під час воєнних дій. *Перспективи та інновації науки*. 2022. № 7 (12). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-7\(12\)-625-637](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-7(12)-625-637) (дата звернення: 24.03.2024).

7. Інструменти формування трудового колективу на підприємстві

Андрій Грищенко, Олена Безпалько

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування трудового колективу є динамічним процесом, який потребує постійної уваги та зусиль з боку керівництва та всіх членів колективу. Саме на цьому етапі здійснюється формування усіх видів відносин між працівниками та керівником, встановлюються норми поведінки, визначаються правила та традиції, а також закладається певний стиль роботи.

Матеріали і методи. Під час дослідження було використано такі загальнонаукові методи пізнання: аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. На початку формування команди керівник має групу людей, яка майже немає нічого спільного: люди приходять з різним досвідом роботи, навичками, знаннями, окрім цього вони мають різні особисті якості (характер, темперамент, цінності, тощо). На початку роботи новий колектив ще не знає своїх спільних цілей та завдань, що може призвести до відчуття роз'єднаності, може бути відсутня мотивація та існуватиме певна невизначеність, навіть страх.

Для того, щоб цей етап пройшов легко, швидко зникло почуття невизначеності, колектив став згуртованим, створились цінності та традиції, керівник має використовувати ефективні інструменти для формування трудового колективу, а саме:

- проведення тренінгів та семінарів, які допоможуть усім членам колективу краще познайомитись один з одним, також це створить можливість обмінятись певними знаннями та досвідом. Як приклад можна навести тренінги з командоутворення («2 правди і 1 брехня» необхідно визначити правдиві факти про учасника; інтерв'ю – учасники колективу діляться на пари і «беруть інтерв'ю» один в одного ставлячи запитання), або творчі майстер-класи (кожна друга п'ятниця місяця, у другій половині дня можна відвідувати різні майстер-класи, що може стати традицією) [1];

- використання командних ігор та створення спільних проєктів для згуртування колективу. На підприємстві можна проводити «турніри» між відділами, наприклад, з футболу, настільного тенісу або настільних ігор. Так, в колективі буде бажання перемогти і вони разом будуть практикуватись, щоб досягти мети;

- розвиток персоналу через систему постійного навчання, а для новачків – застосування системи менторства для пришвидшення адаптації.

Роль керівника в цих процесах не можливо переоцінити. Ця роль, в першу чергу, полягає в забезпеченні якісної та доцільної для кожного системи мотивації та заохочення, а також в піклуванні про психологічну підтримку членів колективу на різних етапах їх трудового життя.

Висновки. Отже, перед керівником постає важливе питання, яке полягає у виборі ефективних та доцільних інструментів формування трудового колективу, оскільки не існує універсального набору інструментів, який би підходив будь-якому колективу. Вибір інструментів залежить від конкретних умов, цілей та завдань, які стоять перед колективом. Ефективне використання інструментів формування трудового колективу – це запорука його успішної роботи.

Література

Євтушенко Г. І., Ватоян А. М., Єрьоміна М. А. Формування колективу організації як основа ефективного управління персоналом. *Вісник ХДУ*. 2019. № 36. С. 87-93. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-36-15> (дата звернення 07.03.2024 р.).

8. Вплив розвитку технологій на рекрутинг та управління персоналом

Світлана Даценко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні розвиток інноваційних технологій змінив ефективність роботи у різних сферах нашого життя, рекрутинг та управління персоналом не є виключенням. З використанням новітніх технологій процес пошуку та відбору став легшим та кращим.

Матеріали і методи. Для дослідження впливу розвитку технологій було використано методичну літературу, інтернет-ресурси, статистичні дані та аналіз управління персоналом до та після активного використання новітніх технологій.

Результати. Новітні технології мають вагомий вплив на роботу сьогоденних HR-спеціалістів. Завдяки ним робота стала все більш досконалою, доступнішою та систематизованою. Раніше для комунікації з потенційним співробітником використовували електронні листи, особисті зустрічі в режимі офлайн або тривала телефона розмова. Наразі цей процес став більше доступнішим, та легшим у виконанні, завдяки використанню організаторами різноманітним онлайн платформ для оголошення про ваканцію, таким чином можна легше проаналізувати всі подані заявки. Завдяки цьому перегляд резюме займає набагато менше часу ніж би це було в паперовому вигляді. Також офлайн зустрічі для деяких професій стали менше необхідним, адже тепер їх можна замінити на онлайн. Наприклад, провести співбесіду на таких платформах як Zoom або Google Meet. Це не аби як скорочує час HR-спеціаліста та потенційного кандидата, а все через те що тепер не треба їхати на окрему локацію у визначений час, достатньо мати стабільний інтернет та відповідний гаджет.

Водночас важливо враховувати, що застосування новітніх технологій потребують від HR-спеціаліста постійного навчання для того аби опанувати нові навички, заради ефективного використання в подальшій роботі. Крім того, також важливо забезпечувати безпеку, тому HR-спеціалісти повинні бути дуже обережні з особистими даними кандидатів та співробітників і уникати або принаймні знати як діяти при потенційній кіберзагрозі [1].

Також з постійними прогресом технологій, HR-відділ постійно зустрічаються з викликами забезпечення рівних можливостей і доступу тої чи іншої інформації для всіх працівників, особливо тих, хто може бути менш обізнаний або має обмежений доступ до технологій. Тому важливо знаходити найкраще рішення яке буде підходити для всіх, або надавати необхідну підтримку та навчання для всіх працівників.

Проте варто пам'ятати що це лише допомагає полегшити сам процес та скоротити час виконання деяких завдань які раніше займали багато часу, а не замінити його повністю.

Висновки. Впровадження нових інструментів та онлайн платформ збільшило продуктивність роботи HR-спеціалістів і забезпечило рівний доступ до можливостей для всіх працівників. Однак успішне впровадження технологій потребує постійного навчання та уваги до забезпечення безпеки даних. Таким чином, інноваційні технології відкривають широкі перспективи для розвитку та вдосконалення управління персоналом у сучасних умовах.

Література

1. Meet Bhatt, Parth Joshi, Shilvee Bariya. A Study on the Impact of Technology in HR Practices on Performance Management in IT Industry. Journal of Strategic Human Resource Management. 2023. Vol. 12. Issue 1. P. 1-8. URL: <http://publishingindia.com/jshrm/32/32041/2023/>.

9. Тімбілдинг як вид ефективного розвитку персоналу підприємства

Аліса Довгаль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасному бізнес-середовищі, де важливо не лише накопичувати знання та навички, але й сприяти ефективній взаємодії та командній роботі, тімбілдинг визнається ключовим інструментом для розвитку персоналу підприємства.

Матеріали і методи. Дослідження тімбілдингу як різновиду розвитку персоналу здійснено із застосуванням загальнонаукових методів, серед яких: логічного та системного аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення.

Результати. Психологічний клімат – це важлива складова кожного трудового колективу. У колективі, де панує дружня атмосфера, і проблем менше, і працівники більш лояльні та змотивовані. Тож не дивно, що кожен керівник намагається вплинути на згуртування колективу та поліпшення мікроклімату в організації. Одним із ефективних методів покращення взаємодії колективу є тімбілдинг [1].

Team building – це техніка управління, яка використовується для підвищення ефективності та продуктивності робочих груп за допомогою різних заходів. Вона передбачає багато навичок, аналіз та спостереження для формування сильної та здібної команди. Головний мотив цієї методики полягає у досягненні мети та цілей організації (Гібб Дюрей) [3, с. 16-18].

Серед новітніх трендів в управлінні персоналом та в тімбілдингу слід відмітити використання хмарних сервісів для спрощення роботи в команді, постійний контроль ефективності, зворотній зв'язок, залучення та аналітика. Крім цього, необхідно впроваджувати програми корпоративної міжособистісної взаємодії для посилення особистого спілкування працівників. Це можливо за допомогою створення інноваційного центру для обміну ідеями та спілкування, взаємодії між різними відділами та командами. Ці заходи сприятимуть підвищенню ефективності управління персоналом та розвитку підприємства в цілому [2].

Таким чином, ефективне командування надає безліч переваг: спільне рішення загальних завдань, коли кожен вкладає свої таланти і уміння, виявляється ефективнішим, ніж просте підпорядкування лідерів.

Висновки. У підсумку, тімбілдинг виявляється необхідною ланкою у стратегії ефективного розвитку персоналу підприємства, створюючи сприятливий ґрунт для підвищення професійних якостей співробітників та сприяючи формуванню згуртованих та високоефективних робочих груп.

Література

1. Писаревська Г. І. Тімбілдинг як основа ефективного розвитку управління персоналом підприємства. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика* : матеріали міжнар. науково-практ. конф., 18-19 бер. 2019 р. : тези допов. Харків : ФОП Панов А. М., 2019. С. 206-208.

2. Ярмолюк Д. І., Хлуп'янець Д. І., Яблонська І. В. Тімбілдинг як один із ефективних методів управління персоналом. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 3 (30). С. 152-156.

3. Gibb Dyer, Jeffrey Dyer. Beyond Team Building: How to Build High Performing Teams and the Culture to Support Them / Gibb Dyer, Jeffrey Dyer. 1st Edition. 2019. С. 256.

10. Технології попередження організаційних конфліктів для згуртованості колективу підприємства

Анна Коваленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Організаційні конфлікти стали невід’ємною частиною робочого середовища будь-якого підприємства, що може впливати на ефективність та згуртованість колективу. Важливо вміти управляти конфліктами задля попередження непорозумінь в колективі та зниження продуктивності роботи.

Матеріали і методи. В цій роботі використано аналіз наукових публікацій, статей український науковців для дослідження і розкриття проблеми попередження організаційних конфліктів.

Результати. Організаційний конфлікт – це зіткнення протилежно спрямованих дій учасників конфлікту, викликане розбіжністю інтересів або норм поведінки. На думку конфліктологів, в ефективних організаціях деякі конфлікти є бажаними [1].

Виокремлено наступні характеристики організаційних конфліктів, як рольова структура організації, яка вимагає підтримання мікроклімату та моральної атмосфери в колективі; різниця в обсягах соціальних систем, яка полегшує процес прогнозування виникнення конфліктів. В таких конфліктах виявляються спільні особливості, які притаманні іншим видам конфліктів у суспільстві, а саме наявність груп усвідомлення (референтні і неформальні групи); складність управління; необхідність в застосуванні структурних методів розв’язання позиційних конфліктів тощо [2].

Технології попередження організаційних конфліктів – це різноманітні інструменти, методи та підходи, спрямовані на виявлення, управління та запобігання конфліктним ситуаціям, такі як [3]:

- аналіз організаційної культури;
- системи зворотного зв’язку;
- системи оцінки задоволеності працівників;
- тренінги з управління конфліктами.

Ці технології можуть використовуватись окремо чи в поєднанні між собою в залежності від специфіки організації та її потреб.

Висновки. Впровадження технологій попередження організаційних конфліктів на підприємстві є необхідним кроком для збереження згуртованості колективу та забезпечення його успішної функціональності. Ці технології сприяють поліпшенню комунікації, вирішенню конфліктів та підвищенню ефективності роботи колективу в цілому.

Література

1. Максютенко І. Є. Суть, умови та причини виникнення конфліктів. Модель конфлікту. *Київське вище професійне училище будівництва і дизайну*. 2022. URL: <http://surl.li/rhkse> (дата звернення: 29.02.2024).
2. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.
3. Парашенко Л. І., Вітомський Ю. Л., Наконечна Н. В. Організаційні конфлікти та особливості їх розв’язання. *Актуальні проблеми психології*. 2019. Т. IX. Вип. 12. С. 353-364. URL: <http://surl.li/rhkvu>.

11. Удосконалення методів тайм менеджменту підприємства

Єлизавета Козаченко

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. Тайм-менеджмент (з англ. time management) – систематичний підхід до організації та використання робочого часу з метою досягнення максимальної продуктивності та поставлених цілей підприємства.

Матеріали і методи. Методичну основу дослідження складають загальнонаукові методи: аналіз використання часу на різних рівнях організації, розробка стратегії та плану вдосконалення, організація тренінгів та розвиток персоналу, створення системи стимулювання. Саме ця методична основа дозволяє створити систематичний та ефективний підхід до удосконалення методів тайм-менеджменту на підприємстві, забезпечуючи постійний розвиток та підвищення продуктивності.

Результати. Удосконалення методів тайм менеджменту підприємства, є важливим пунктом для оптимізації та покращення роботи працівників. Адже постановка правильного часу виконання завдань, буде покращувати виконання плану роботи на підприємстві. Процес удосконалення можна розглянути в наступних кроках та стратегіях [1; 2]:

- аналіз поточного стану дозволяє провести оцінку ефективності використання часу на різних рівнях підприємства та визначити основні проблеми, перешкоди та витрати часу;
- визначення ключових завдань та пріоритетів, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства;
- вибір та впровадження сучасних інструментів для управління завданнями, календарями, та моніторингу використання часу, використання програмного забезпечення для автоматизації рутинних процесів;
- проведення навчання з ефективного тайм-менеджменту для персоналу на всіх рівнях та забезпечення доступу до ресурсів для самостійного вдосконалення навичок;
- розробка системи стимулювання для працівників, що демонструють високий рівень ефективності та результативності у тайм-менеджменті;
- створення культури ефективного тайм-менеджменту;
- систематичність оцінювання результатів удосконалення та вносити корективи в стратегію та методи відповідно до виявлених покращень.

Висновок. Удосконалення методів тайм менеджменту підприємства є важливим пунктом для оптимізації роботи працівників та вчасного виконання поставлених завдань. Цей процес включає певні кроки та стратегії, які допоможуть підприємству організувати чітку роботу на перспективу.

Література

1. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навчальний посібник / О. В. Безпалько, Ю. М. Гринюк, О. І. Драган та ін. За заг ред. Безпалько О. В. Київ : Кафедра, 2020. 310 с.
2. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.

12. Значення психодіагностики в процесі підбору персоналу

Марія Ліщенко, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій. Київ, Україна

Вступ. Психодіагностика відіграє важливу роль у сучасній HR-практиці, тому що дозволяє нам підбирати більш кваліфікованих співробітників, розвивати та навчати персонал, а також створювати сприятливий психологічний клімат в колективі.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та узагальнення власного досвіду вивчення предмету «Основи психодіагностики для HR», а також навчальних дисциплін професійного спрямування; саме дослідження проведено на основі таких матеріалів як офіційні дані веб-сайтів.

Результати. Розглянемо, чому HR-фахівцям потрібна психодіагностика [2]:

- допомагає зрозуміти, чому люди поведуться так чи інакше, що дозволяє HR-менеджерам краще взаємодіяти з ними.
- допомагає зрозуміти, що мотивує людей та як їх залучити до роботи.
- допомагає розробити програми навчання та розвитку персоналу, які будуть максимально ефективними.
- дозволяє оцінити особистісні якості та навички кандидата та вибрати того, хто найбільше підходить для роботи.
- підвищує ефективність роботи команди.
- знижує ризики неправильного найму та витрати на пошук нового співробітника.
- може допомогти співробітникам досягти своїх цілей та збільшити свою продуктивність.
- допомагає навчитися уважно слухати кандидатів та співробітників, розуміти їхні потреби та проблеми.

- навчає звертати увагу на невербальні сигнали та поведінку людей.

- допомагає переконати кандидатів працювати в компанії

2. Види діагностики персоналу [1]:

- Тестування: існують різні тести для оцінки інтелекту, особистісних якостей, навичок тощо. За допомогою тестів можна вибрати тих кандидатів, які мають необхідні для успішної роботи на цій посаді особисті характеристики, а також знання, уміння та навички.

- Опитування дозволяють отримати інформацію про думки, почуття та поведінку людини. А також демонструють співробітникам, що їхня думка важлива для компанії, що може підвищити їх залученість до роботи.

- Інтерв'ю дозволяє оцінити особистісні якості кандидата та його мотивацію. Під час інтерв'ю можна зрозуміти, наскільки цінності та поведінка кандидата відповідають корпоративній культурі компанії.

Висновки. Психодіагностика є ефективним методом підбору персоналу, який дозволяє підвищити його продуктивність та знизити витрати. При правильному використанні психодіагностика може допомогти нам знайти найкращих співробітників.

Література

1. Про види діагностики персоналу. *SPAR* : веб-сайт. URL: <https://spar.ua/blogs/diagnostika-personalu-yak-metod-priyn> (дата звернення: 20.03.2024).

2. Чому HR-фахівцям потрібна психодіагностика. *CleverControl* : веб-сайт. URL: <https://clevercontrol.com/uk/hr-specialists-need-psychology/> (дата звернення: 20.03.2024).

13. Роль корпоративної культури у підтримці талантів та підвищенні їхньої продуктивності

Ксенія Мишко, Ірина Тюха

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Корпоративна культура в сучасних організаціях відіграє ключову роль у формуванні та збереженні талантів. Вона створює середовище, де індивідуальні здібності та потенціал кожного співробітника визнаються, підтримуються та розвиваються.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез).

Результати. Впровадження корпоративної культури є ключовим аспектом в управлінні сучасними організаціями. Цей аспект визначає, як працівники сприймають свою роботу, взаємодіють один з одним та з керівництвом. Особливе значення має розуміння того, як корпоративна культура впливає на підтримку талантів та підвищення їхньої продуктивності.

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки в організації. Вона формується з її розвитком і розділяється всіма членами колективу. Це система цінностей, правил, традицій, якої дотримується персонал [1].

Тип корпоративної культури, який більше спрямований на працівників та їх таланти це кланова корпоративна культура. Такий тип корпоративної культури часто зустрічається в малих сімейних компаніях, де до працівників ставляться як до сім'ї. Акцент робиться на командній роботі, співпраці та розвитку співробітників [2].

Основні риси цього типу корпоративної культури охоплюють: колективність, взаємодопомога, спільні цінності та традиції та лідерство на основі підтримки.

Часто кланова корпоративна культура є характерною для молодих компаній, але може бути притаманною і великим. Основними завданнями для HR-фахівців у такому середовищі будуть підтримка динаміки в команді, сприяння взаємодопомозі та розвитку працівників.

Для підтримки талановитих працівників в рамках корпоративної культури компанія може впроваджувати широкий спектр заходів та проєктів. Так, колективний договір визначає загальні цілі, цінності та очікування співробітників. Важливим є створення міцної системи менторства та кар'єрного саморозвитку, що допоможе працівникам розвивати свої навички та реалізувати свій потенціал у межах компанії.

На сьогодні існує багато рішень для HR-менеджера для пошуку талантів в межах компанії, оскільки штучний інтелект може допомогти розробити той чи інший проєкт спираючись на потреби компанії. Також важливо для компанії проводити щоквартальні опитування аби розуміти стан своїх співробітників і їх побажання.

Висновки. Шляхом створення сприятливого та відкритого середовища, корпоративна культура стимулює творчий розвиток працівників та виявлення їхнього потенціалу, сприяє підвищенню продуктивності талантів та утримання конкурентної переваги на ринку.

Література

1. Створення корпоративної культури. *Hurma*. URL: <http://surl.li/rhkqb> (дата звернення: 28.02.2024).
2. Приклади корпоративної культури. Найкраща практика у 2024 році. *AhaSlides*. URL: <http://surl.li/rhktn> (дата звернення: 02.03.2024).

14. Напрямки розвитку персоналу підприємства

Анна Мізюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток персоналу це основний чинник конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасності.

Матеріали і методи. В роботі використано результати напрацювань українських науковців щодо вивчення напрямків розвитку персоналу.

Результати. В сучасних умовах підприємство процвітає настільки, наскільки ефективно воно розвиває свій персонал, що підтверджує аудит розвитку персоналу, визначаючи його вплив на загальний рівень ефективності компанії [2]. Комплекс організаційно-економічних заходів, зокрема навчання, підвищення кваліфікації, професійна перепідготовка, створення ефективної системи побудови кар'єри, ротація, зміна посадових обов'язків, розширення зони відповідальності, сприяють удосконаленню професійної якості працівників підприємства.

Кваліфікований працівник характеризується більшою мобільністю на ринку праці і є більш конкурентоспроможним [1]. Розглянемо деякі з ключових переваг інвестування в навчання та розвиток персоналу підприємства.

Розвиток навичок. Навчання може подолати прогалини в знаннях і підвищити кваліфікацію, незалежно від того, чи це технічні навички, навички спілкування чи галузеві знання. Добре навчені працівники, як правило, більш продуктивні.

Залучення співробітників. Надання можливостей для навчання свідчить про те, що організація цінує своїх співробітників і прагне їх розвитку. Це може підвищити моральний дух і залученість співробітників, сприяючи більшій задоволеності роботою та утриманню. Покращена продуктивність: навчання допомагає працівникам краще розуміти свої ролі та готує їх виконувати завдання якнайкраще.

Адаптація до технологічних змін. Регулярне навчання гарантує, що співробітники залишаються в курсі останніх технологій, що може підвищити ефективність та інновації. Просування по службі допомагає їм взяти на себе більшу відповідальність і завдання. Безпека та відповідність: у галузях із суворими вимогами безпеки та відповідності навчання є важливим. Це гарантує, що працівники знають протоколи безпеки та дотримуються правил, зменшуючи ризик нещасних випадків і юридичних проблем.

Інновації та креативність. Навчання часто передбачає знайомство з новими ідеями та передовим досвідом, що може стимулювати інновації та креативність серед співробітників, що призводить до кращих рішень і продуктів.

Висновок. Основними напрямками вдосконалення професійного розвитку персоналу є підвищення рівня освіти працівників, формування у працівників актуальних практичних навичок, в т. ч. у сфері інформаційних технологій, розвитку креативності, створення умов для кар'єрного зростання працівників та спонукання їх до внутрішньої конкуренції.

Література

1. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.
2. Осадчук О. П., Малихіна С. В. Аудит розвитку персоналу в системі менеджменту підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. № 2 (35). URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-35-2022>.

15. Концептуальні підходи до формування та розвитку лідерства на підприємстві

Вікторія Мішура, Олена Безпалько

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розгляд лідерства через призму особистості лідера, взаємодії з командою та впливу середовища дозволяє розвивати ефективні стратегії управління та вдосконалювати лідерські якості для досягнення успіху на підприємстві.

Матеріали і методи. Мета дослідження полягає у вивченні та систематизації концепцій, які лежать в основі формування лідерства на підприємстві, з метою розробки ефективних стратегій управління та розвитку лідерів в організації. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення.

Результати. Концептуальні підходи відіграють ключову роль у формуванні та розвитку лідерства на підприємстві. Вони надають теоретичний фундамент і методологічне підґрунтя для розуміння природи та механізмів лідерської діяльності; сприяють розкриттю основних аспектів впливу, визначенню ключових компонентів лідерських якостей та виявленню ефективних стратегій управління персоналом. Крім того, ці підходи допомагають впроваджувати нові ідеї та інноваційні технології у практичну діяльність підприємства, сприяючи його розвитку.

Один із підходів, особистісний, полягає у розгляді лідерства як сукупності особистісних якостей та характеристик, що визначають ефективність у веденні команди та досягненні цілей підприємства. Наприклад: харизма, а саме здатність лідера привертати інших своїм впливом та впевненістю; емпатія, тобто вміння співчувати і розуміти почуття та потреби своїх підлеглих, що сприяє підвищенню довіри та співпраці; самовдосконалення та відповідальність.

Ще один концептуальний підхід, взаємодійний, акцентує увагу на взаємодії між лідером і членами команди. Основні його аспекти включають здатність лідера ефективно спілкуватися з членами команди, вислуховувати їхні думки та ідеї, а також передавати свої власні інструкції та очікування; мотивувати команду до досягнення спільних цілей, використовуючи різноманітні методи стимулювання, визнання досягнень та підтримки; забезпечення необхідної підтримки та ресурсів для успішного виконання завдань командою.

Третій підхід, ситуаційний, базується на тому, що ефективність залежить від контекстуальних чинників, таких як: конкретна ситуація, потреби команди, стиль роботи та цілі організації. Він припускає, що немає універсального стилю лідерства, залишаючи за головою можливість адаптуватися до різних обставин. Згідно цього підходу стратегії та методи обираються відповідно до конкретної ситуації і не застосовуються жорсткі рамки чи стандарти [1].

Висновки. Концепції лідерства на підприємстві відображають різні аспекти, такі як особисті якості керівника, взаємодія з командою та вплив культурних і ситуаційних чинників. Це підкреслює складність лідерського процесу та важливість урахування контексту для успішного керівництва на підприємстві.

Література

1. Савицька О. М., Долгова Л. І. Підходи до планування концепції системного лідерства на підприємствах в умовах трансформаційних змін бізнесу та розвитку цифрової економіки. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2021/98.pdf (дата звернення 10.03.2024 р.).

16. Роль комунікативного менеджменту у системі менеджменту персоналу підприємства харчової промисловості

Аркадій Нелюба

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі ефективна комунікація є невід'ємною частиною успішного ведення бізнесу і харчова промисловість не є винятком. Комунікативний менеджмент відіграє ключову роль у системі управління персоналом, адже саме він забезпечує зв'язки між ланками виробничого процесу.

Матеріали і методи. В роботі використано статті закордонних та українських науковців для дослідження та розкриття ролі комунікативного менеджменту у системі менеджменту персоналу підприємства харчової промисловості.

Результати. Якісні комунікації в організації є важливим фактором ефективного управління персоналом та інформаційною безпекою (information security management - ISM) та обумовлюють внутрішньоорганізаційні зв'язки (intra-organisational liaison - IOL) між персоналом безпеки та зацікавленими сторонами в процесах ISM. В дослідженні [1] автори надають рекомендації щодо «найкращої практики» внутрішньоорганізаційного зв'язку між персоналом служби безпеки та зацікавленими сторонами в ISM. Отже, має бути розроблена відповідна структура комунікаційного процесу для забезпечення всіх бізнес-процесів та безпеки, зокрема. А така діяльність є частиною комунікативних компетенцій менеджера з персоналу. Комунікативна компетентність менеджера з персоналу є важливою складовою ефективного управління HR-процесами на підприємстві, оскільки вона забезпечує орієнтованість у різноманітних ситуаціях спілкування, сприяє ефективній взаємодії з оточенням та побудові конструктивних відносин з персоналом. Ранжування найважливіших чинників комунікативної компетентності менеджерів з персоналу на прикладі підприємства харчового спрямування дозволяє визначити пріоритети в їхньому розвитку та сприяє покращенню управлінських практик в галузі HR. Використання коефіцієнта конкордації для оцінки узгодженості думок експертів є важливим інструментом визначення надійності рангових оцінок та ступінь узгодженості поглядів [2]. Значення коефіцієнта конкордації, яке свідчить про високий ступінь узгодженості думок експертів, є підтвердженням надійності результатів оцінки впливу чинників на розвиток комунікативної компетентності у менеджерів з персоналу на підприємстві харчової промисловості.

Висновок. Результати дослідження підтверджують необхідність впровадження ефективних комунікаційних стратегій для досягнення стратегічних цілей підприємства. Такий висновок свідчить про важливість розвитку комунікативних компетенцій у менеджерів з персоналу для підвищення ефективності управління персоналом у сучасній харчовій промисловості.

Література

1. Alshaikh, M., Chang, S., Ahmad, A. *et al.* Embedding information security management in organisations: improving participation and engagement through intra-organisational Liaison. *Secur J* 36, 530-557 (2023). DOI: <https://doi.org/10.1057/s41284-022-00352-3>.

2. Мазник Л. В., Драган О. І., Турчина М. П. Роль комунікативного менеджменту у системі менеджменту персоналу підприємства харчової промисловості. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1988>. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-45-80.

17. Інструменти розвитку HR-менеджменту

Вікторія Овадюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. HR-менеджмент (human resources management) – це комплексна система управління людськими ресурсами в організації. Він включає в себе такі процеси: планування, набір і відбір, оцінка, розвиток, мотивація, підтримка, розставляння, звільнення персоналу. Впровадження інноваційних технологій у HR-менеджмент дозволяє автоматизувати рутинні завдання, звільняючи час HR-фахівців для більш творчої та стратегічної роботи. Крім того, інноваційні технології можуть допомогти покращити ефективність управління персоналом.

Матеріали та методи. Для проведення дослідження були використані загальнонаукові методи: аналіз, синтез та логічне узагальнення. Джерелами інформації для дослідження стали статті у фахових виданнях та офіційні дані сайтів.

Результати. Один із найважливіших інструментів розвитку HR-менеджменту це підвищення кваліфікації. HR-фахівці повинні постійно вчитися, щоб відповідати сучасним вимогам ринку праці та потребам бізнесу. Для цього можна використовувати різні формати навчання: курси, семінари, тренінги, програми підвищення кваліфікації, дистанційне навчання тощо.

Наступне, що потрібно зазначити, це впровадження інноваційних технологій у HR-менеджмент, що дозволяє автоматизувати рутинні завдання, звільняючи час фахівців для більш творчої та стратегічної роботи. Крім того, інноваційні технології можуть допомогти покращити ефективність управління персоналом, наприклад, за допомогою таких інструментів, як: HR-платформи, хмарні сервіси, мобільні додатки.

Розвиток корпоративної культури – це система дій, норм і правил, які регулюють поведінку співробітників у компанії. Здорова корпоративна культура сприяє підвищенню мотивації та продуктивності співробітників, а також залученню та утриманню талантів. Зміцнення партнерських відносин з персоналом та HR-фахівцями є важливим чинником успішного розвитку HR-менеджменту. Партнерство передбачає спільну роботу HR-фахівців та співробітників над вирішенням різноманітних питань управління персоналом, сюди можна віднести: розробку стратегії управління персоналом, впровадження інноваційних технологій, розвиток корпоративної культури, створення ефективної системи мотивації. Програми справедливого та етичного управління персоналом спрямовані на створення робочого середовища, де всі співробітники, незалежно від їхньої раси, статі, релігії, сексуальної орієнтації чи інших характеристик, мають рівні можливості та відчувають себе безпечно та комфортно. Такі програми є важливими для створення здорової та продуктивної робочої атмосфери. Вони допомагають компаніям залучати та утримувати найкращих співробітників, а також підвищувати продуктивність праці [1].

Висновки. Впровадження ефективних інструментів розвитку HR-менеджменту дозволяє компаніям: залучити та утримати в компанії талановитих співробітників, розвивати навички та компетенції, підвищити продуктивність праці, створити унікальну корпоративну культуру.

Література

1. Овадюк В., Драган О. Сучасні тренди розвитку HR-менеджменту компаній. *Science and society: modern trends in a changing world* : The 2nd International scientific and practical conference (January 22-24, 2024) MDPC Publishing, Vienna, Austria. 2024. С. 616-622. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2024/01>.

18. Управління творчістю та ідеями в організації

Світлана Омельчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Управління творчістю та ідеями в організації є важливою складовою стимулювання інновацій та сприяння розвитку компанії. Розвиток творчої культури допомагає організації успішно конкурувати на ринку.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення; саме дослідження проведено на основі опрацювання різних наукових статей та сайтів, де розглядається дана проблематика.

Результати. Тривай час творчість розглядалася виключно як психологічний (індивідуально-суб'єктивний) феномен. З точки зору економічних і управлінських посад (у контексті організацій) творча діяльність майже не розглядалася до 1970-х років [1]. Однак за останні два-три десятиліття в зарубіжній літературі з'явилася велика кількість публікацій, у яких висувається думка про те, що творча діяльність є головним чинником розвитку конкурентоспроможності організацій; описуються особи, які допомагають або перешкоджають ефективності реалізації творчого потенціалу співробітників; розглядаються організаційні моменти, пов'язані з цим процесом, пропонуються нові шляхи вирішення нестандартних завдань тощо. І з кожним роком кількість публікацій на цю тему збільшується.

Творчість як навичка передбачає створення нових речей, але якщо її розглядати як процес, то вона заторкує питання управління. Креативний менеджмент як наука вивчає психологічні, управлінські, соціологічні, економічні, історичні, культурологічні чинники, що впливають на процеси творчості [2]. Розвиток креативності є завданням, яке стоїть перед багатьма сучасними організаціями. Компанія та її співробітники отримують величезні переваги від підвищення креативності. Наприклад, наявність творчого потенціалу в організації є ознакою можливостей вирішення виробничо-господарських завдань через вихід підприємства на нові рівні якості продукції. В наш час, коли бізнес продовжує охоплювати креативність, творчість стає невід'ємною частиною подальшого успіху. Використовуючи систему креативного менеджменту підприємства можуть контролювати та регулювати креативність співробітників за допомогою різних методів, технік і практик.

Висновки. Більшість організацій вважають креативність вирішальною рисою в очікуванні нових бізнес-завдань. Управління креативністю, в першу чергу, сприяє розвитку особистості та її здатності створювати нові концепції та досягати відчутних результатів. Але при цьому досягнення цілей і завдань креативного менеджменту потребує постійного удосконалення інструментарію розроблення та реалізації інноваційних рішень.

Література

1. Калюжна О. В. Креативний менеджмент: конспект лекцій. Миколаїв, 2018. 63 с.
2. Бортнікова М. Г., Крохмальна Я. О. Роль креативного менеджменту у формуванні творчого потенціалу підприємства. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. № 2 (8). С. 37-44 URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/dec/29502/220972maket-41-48.pdf> (дата звернення: 09.03.2024).

19. Принципи удосконалення стимулювання праці на підприємстві

Адам Паламарчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективна система стимулювання праці може значно покращити результати роботи підприємства, тому її удосконалення є актуальним завданням для будь-якого керівника.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення; саме дослідження проведено на основі статей у фахових виданнях, офіційних даних сайтів.

Результати. Сучасні українські підприємства найчастіше використовують премії та невеликі виплати на свята. Дані методи не відзначаються високою ефективністю, тому варто використовувати досвід зарубіжних компаній. Найефективнішим є комплексне використання запропонованих методів. Індивідуальний підхід до кожного працівника підприємства, врахування його потреб та інтересів дозволить керівникові без значних фінансових витрат підвищити ефективність роботи підприємства, утримати і залучити нові висококваліфіковані кадри [1].

Принципи, на яких ґрунтується удосконалення стимулювання праці на підприємстві:

- Принцип єдності матеріальних і нематеріальних стимулів. Матеріальні стимули включають заробітну плату, премії, бонуси та інші грошові винагороди. Нематеріальні стимули – похвала, визнання, можливості для кар'єрного зростання та інші негрошові винагороди. Система стимулювання праці має поєднувати обидва типи стимулів.

- Принцип диференціації стимулів. Працівники мають різні потреби, бажання та причини мотивації. Тому система стимулювання праці має бути диференційованою, щоб враховувати індивідуальні особливості працівників.

- Принцип залежності стимулів від результатів праці. Стимули повинні бути чітко пов'язані з результатами праці. Це мотивуватиме працівників докладати більше зусиль і досягати кращих результатів.

- Принцип гласності. Система стимулювання праці має бути прозорою та зрозумілою для всіх працівників, що дозволяє чітко визначати критерії отримання винагород, бонусів і мотивуватиме їх до досягнення кращих результатів.

- Принцип гнучкості. Система стимулювання праці має бути гнучкою і здатною адаптуватися до змін умов ринку та потреб працівників [2].

Висновки. Удосконалення стимулювання праці на підприємстві – це постійний процес, який потребує системного підходу та врахування багатьох факторів. Завдяки дотриманню вищеписаних принципів можна створити ефективну систему стимулювання праці, яка буде мотивувати працівників до досягнення кращих результатів, а значить, і до підвищення загальної результативності підприємства.

Література

1 Яхтер А. Мотивація праці як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. 2014. Вип. 37 (2). С. 128-134.

2. Драган О. І. Болотіна І. М. Особливості мотиваційного менеджменту на підприємствах харчової промисловості. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-40-55.

20. Удосконалення процесів рекрутингу персоналу на підприємстві

Дар'я Панасюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Удосконалення рекрутингу - стратегічний підхід до відбору співробітників, що включає аналіз потреб, розробку ефективних методів оголошення вакансій, оцінку кандидатів та прийняття оптимальних рішень щодо найму. Це дозволяє залучати найкращих кандидатів, зменшуючи час та витрати.

Матеріали і методи. Дослідження ґрунтується на наукових публікаціях, аналітичних звітах компаній та інтерв'ю з експертами з рекрутингу. Методична основа включає аналіз, порівняння та узагальнення інформації для визначення найефективніших підходів до удосконалення процесів рекрутингу персоналу.

Результати. Рекрутинг персоналу є важливим етапом у життєвому циклі підприємства, впливаючи на його успішність та конкурентоспроможність [1]. Для ефективного відбору кандидатів підприємства постійно удосконалюють свої методи та процеси рекрутингу. Розглянемо ключові аспекти та практичні підходи до удосконалення цих процесів [2].

Аналіз потреб: Перший крок у вдосконаленні рекрутингу - аналіз потреб організації, який визначає необхідні компетенції та навички для успішного виконання робочих обов'язків на конкретній посаді.

Привабливе робоче середовище: Створення привабливого робочого середовища та культури підприємства включає розробку привабливих вакансій та надання інформації щодо переваг та можливостей розвитку на роботі.

Використання технологій: Сучасні рекрутингові платформи та соціальні мережі допомагають прискорити процес рекрутингу та залучити більше кандидатів.

Залучення внутрішніх ресурсів: Реферальні програми та рекомендації співробітників допомагають залучити якісних кандидатів.

Оцінка ефективності: Моніторинг ключових показників допомагає виявити можливості для покращень у процесах рекрутингу.

Удосконалення рекрутингу персоналу є важливою умовою для успішної діяльності будь-якої організації. Це включає аналіз потреб, створення привабливого середовища, використання технологій, залучення внутрішніх ресурсів та моніторинг ефективності.

Висновки. Отже, удосконалення рекрутингу - ключовий аспект стратегії управління персоналом, що визначає успіх підприємства. Воно включає застосування різних стратегій, таких як використання сучасних технологій та розробка привабливих вакансій, для залучення та утримання найкращих фахівців, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності. Такий підхід також сприяє формуванню сильної та динамічної команди, готової до викликів ринкової конкуренції.

Література

1. Дерван Б., Лопушняк Г. Поняття рекрутинг, ефективність рекрутингу та показники ефективності процесу рекрутингу. *Молодий вчений*. 2023. № 3 (115). С. 106-109. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-3-115-20>.
2. Рудич Л., Стеценко В., Шаповалов В. Ефективний рекрутинг в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. № 6 (6). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-6\(6\)-62-69](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-6(6)-62-69).

21. Міжнародне забезпечення оцінки розвитку людського капіталу України

Даніл Петренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Міжнародні оцінки дають Україні можливість порівняти свій рівень розвитку людського капіталу з іншими країнами. Ці оцінки ґрунтуються на таких показниках, як очікувана тривалість життя, рівень освіти, ВВП на душу населення, рівень безробіття та рівень бідності.

Матеріали і методи. В цій роботі використано методи аналізу, синтезу та узагальнення статей українських науковців для дослідження та розкриття теми.

Результати. Важливо зазначити, що не всі показники міжнародних оцінок однаково важливі для України, адже деякі з них не завжди відображають реальний рівень життя людей. Наприклад, ВВП на душу населення не завжди може бути точним показником добробуту, адже він не враховує розподіл багатства в країні. Крім того, дані, на основі яких робляться оцінки, не завжди є точними, а результати можуть бути складними для розуміння людей, не знайомих з економікою [1].

Важливо враховувати особливості України при інтерпретації результатів: не можна сліпо порівнювати Україну з іншими країнами, адже у кожній країні є свої особливості. Наприклад, рівень розвитку людського капіталу в Україні може бути нижчим, ніж у країнах Західної Європи, але це не означає, що Україна не робить прогрес у цьому напрямку.

Не покладатися лише на міжнародні оцінки: результати оцінок - це лише один із інструментів, який потрібно використовувати разом з іншими джерелами інформації. Наприклад, для більш точного розуміння рівня розвитку людського капіталу в Україні важливо використовувати дані з національних статистичних органів, дослідницьких інститутів та неурядових організацій.

Використовувати інші джерела інформації: для більш точного розуміння рівня розвитку людського капіталу в Україні важливо використовувати дані з різних джерел, таких як національні статистичні органи, дослідницькі інститути та неурядові організації. Це може допомогти отримати більш [2].

Висновки. Міжнародні оцінки - це корисний інструмент, який допомагає Україні визначити пріоритетні напрямки розвитку людського капіталу. Важливо використовувати результати оцінок з урахуванням особливостей України та в поєднанні з іншими джерелами інформації.

Література

1. Березянюк Т. В. Міжнародне забезпечення оцінки розвитку людського капіталу України. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 3. С. 5-9. URL: <https://cutt.ly/2VShAbK>.

2. Березянюк Т. В. Національні проблеми виконання міжнародних зобов'язань в сфері розвитку людського капіталу. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.4.20.

22. Роль штучного інтелекту в формуванні та підтримці бренду роботодавця компанії

Максим Пилипенко, Ірина Тюха

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасне бізнес-середовище вимагає від компаній не лише конкурентоспроможних продуктів та послуг, але і привабливого образу як роботодавця, що здатний привернути та утримати талановитих співробітників.

Матеріали і методи. У роботі використано загальнонаукові методи аналізу і синтезу, а також метод узагальнення.

Результати. Під брендом роботодавця слід розуміти концепцію, що характеризує сприйняття компанії існуючими та потенційними працівниками як місця для працевлаштування та розвитку власної кар'єри. Бренд роботодавця включає в себе репутацію компанії, культуру організації, умови праці, можливості для кар'єрного зростання та інші фактори, що впливають на відносини між компанією та персоналом [2].

Штучний інтелект значно розширює можливості в сфері рекрутингу та відбору персоналу, роблячи цей процес більш ефективним та точним. Автоматизовані системи можуть аналізувати великі обсяги резюме та виокремлювати ключові навички та досвід кандидатів, що дозволяє значно скоротити час, який раніше витрачався на перегляд кожного резюме вручну. Оцінка кандидатів на основі їхньої професійної компетентності стає більш об'єктивною завдяки аналізу даних, що допомагає відібрати найбільш підходящих претендентів для конкретної вакансії.

Важливою областю застосування штучного інтелекту є підтримка та розвиток корпоративної культури в компанії. Аналіз даних про задоволеність роботою, отриманий в результаті взаємодії зі співробітниками, дозволяє ідентифікувати ключові аспекти, які впливають на їхню задоволеність та ефективність.

Штучний інтелект допомагає компаніям залучати та утримувати талановитих співробітників, а також створювати конкурентні переваги в сфері рекрутингу та управління персоналом.

Однією з інноваційних областей, де застосовується штучний інтелект, є аналітика емоційного інтелекту. Ця технологія дозволяє аналізувати емоції співробітників на робочому місці, що допомагає компаніям краще розуміти їхні потреби та впливати на їхню задоволеність та продуктивність. Штучний інтелект може бути використаний для прогнозування потреб ринку праці та розвитку стратегій привертання та утримання талановитих співробітників [1].

Висновки. Отже, штучний інтелект відіграє значну роль у формуванні та підтримці бренду роботодавця компанії. Його можливості аналізу даних та автоматизації процесів допомагають компаніям залучати та утримувати талановитих працівників, покращувати комунікацію та підвищувати рівень задоволеності персоналу.

Література

1. Стороженко Л. Штучний інтелект у системі публічного управління: світовий досвід, вітчизняні аспекти втілення. *Наукові перспективи*. 2023. № 12 (42). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/8288>.
2. Makedon V., Mykhailenko O., Vazov R. Dominants and Features of Growth of the World Market of Robotics. *European Journal of Management Issues*. 2021. Vol. 29. № 3. P. 133-141. URL: <https://doi.org/10.15421/192113>.

23. Ключові функції кадрової служби на підприємстві

Сергій Польовий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Кадрова служба на підприємстві є важливим структурним підрозділом, який здійснює ключову роль для забезпечення компанії необхідним персоналом. Підприємство матиме кваліфікованих та мотивованих працівників, які будуть працювати над досягненням стратегічним цілей компанії за умови, що налагоджена ефективна робота кадрової служби.

Матеріали і методи. Для дослідження ключових функцій кадрової служби на підприємстві було використано метод аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. Функції кадрової служби мають велике значення в діяльності будь-якого підприємства. Серед ключових функцій можна виділити [1]:

- планування кадрового забезпечення та руху кадрів:
 - визначення потреби в персоналі з урахуванням стратегії розвитку підприємства;
 - розробка планування залучення, розвитку та звільнення працівників;
 - аналіз кадрового руху (прийняті, звільненні, переміщені) та його вплив на діяльність підприємства;
- підбір, розміщення, навчання та виховання персоналу:
 - пошук та відбір кандидатів на вакантні посади з урахуванням вимог до кваліфікації, досвіду роботи та особистих якостей.
 - організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу для розвитку їх професійних компетенцій;
 - виховання у працівників відповідального ставлення до праці, дисципліни, корпоративної культури;
- дослідження, відзначення і вдосконалення особистих та професійних якостей працівників:
 - вивчення особистих та професійних якостей працівників за допомогою психологічних тестів, анкетування, спостережень;
 - визначення потенціалу та можливостей розвитку працівників.
- атестація та оцінювання компетенцій працівників;
- розробка кадрового резерву і підготовка до просування їх кар'єрними сходами:
 - виявлення та відбір перспективних працівників для формування кадрового резерву.
 - розробка та реалізація програм підготовки та розвитку кадрового резерву.
 - розробка мотиваційної складової та інші.

Висновки. Отже, кадрова служба – це важлива функціональна підсистема менеджменту персоналу підприємства, яка забезпечує залучення, розвиток та утримання кваліфікованих працівників. Чим краще буде налагоджено функціонування кадрової служби, тим більшою буде його ефективність та краща конкурентоспроможність персоналу підприємства.

Література

1. Чумак В. Організація роботи кадрової служби на підприємстві. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки*: матеріали доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Ч. 2. Тернопіль. 2020. С. 426-429. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38942/1/426.pdf> (дата звернення: 05.03.2024).

24. Напрямки ефективного розвитку управлінського персоналу

Валерія Решетнікова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток управлінського персоналу в сучасних умовах є ключовим фактором успішності організації. До основних напрямків цього процесу відносяться: постійне навчання, розвиток лідерських навичок та створення сприятливої корпоративної культури.

Матеріали і методи. Для написання цієї роботи були використані статті українських науковців, проведено ретельний аналіз наявної літератури щодо напрямків розвитку управлінського персоналу.

Результати. Ефективний розвиток управлінського персоналу є ключовим фактором досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі. Від того, наскільки ефективно буде використовуватись персонал, залежить результат економічної діяльності не тільки окремих підприємств, а й галузей загалом [1].

Управлінський персонал є сукупністю керівників та менеджерів на різних рівнях управління компанією. Це люди, які відповідають за прийняття рішень, керують діяльністю підрозділів або весь організаційний відділ, виконують планування, координацію та контроль за діяльністю підлеглих.

Розвиток управлінського персоналу повинен бути спрямований на посилення лідерських якостей та професійних компетенцій керівників. Розвиток управлінського персоналу може бути вирішено за допомогою різних заходів, спрямованих на забезпечення професійного зростання та підвищення ефективності керівництва, наприклад [2]:

- програми навчання та тренінгів спрямовані на розвиток конкретних навичок та знань управлінського персоналу. Це може включати тренінги з лідерства, комунікації, управління конфліктами та інші аспекти управління;
- індивідуальна або групова підтримка від досвідчених керівників або зовнішніх коучів для розвитку лідерських якостей та особистісного зростання;
- участь у відповідних курсах та отримання професійних сертифікатів для підвищення кваліфікації та визнання управлінського персоналу;
- взаємодія з іншими організаціями для обміну найкращими практиками та отримання нових ідей.

Ці заходи можуть бути використані для досягнення оптимальних результатів у розвитку управлінського персоналу.

Висновки. Розвиток управлінського персоналу є важливим для успішності бізнесу, раціональна організація цього багатогранного процесу охоплює отримання та вдосконалення знань, умінь, навичок, створення умов для реалізації потенційних можливостей управлінського персоналу.

Література

1. Березянюк Т. В., Осадчук О. П. Удосконалення методів менеджменту, адміністрування та стратегічного управління розвитком людського ресурсу. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1695>.

2. Тертична Л. І., Поліщук Д. В. Застосування коучинг-технологій в розвитку трудового потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 67. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022>.

25. Використання робочого часу на підприємстві

Вероніка Рубленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах господарювання підприємства зацікавлені у раціональному використанні робочого часу, тому потрібно проводити дослідження і аналіз витрат робочого часу та впроваджувати ефективні інструменти використання робочого часу всіма працівниками підприємства.

Матеріали та методи. Дане дослідження побудоване на методах теоретичного та емпіричного пізнання та логічного узагальнення; дослідження проведено на основі наукової літератури з питань планування та нормування праці, мотивації та стимулювання працівників, організації робочого місця та ін.

Результати. Робочий час - це встановлений законодавством відрізок календарного часу, протягом якого працівник відповідно до правил внутрішнього трудового розпорядку, графіка роботи та умов трудового договору повинен виконувати свої трудові обов'язки [1]. В цьому допомагає *тайм-менеджмент* – це систематичний підхід до організації та використання свого часу з метою досягнення максимальної продуктивності та поставлених цілей. Основна ідея полягає в тому, щоб ефективно розподіляти час між різними завданнями, проектами та активностями, забезпечуючи баланс між роботою, особистим життям і відпочинком [2].

Формування на підприємстві системи управління часом орієнтоване на розвиток у працівників: усвідомлення часу, емоційного переживання часу і організації часу професійної діяльності, що в комплексі забезпечує їхню емоційну стабільність, стресостійкість та самоорганізацію [3].

Щоб доцільно використовувати робочий час на підприємстві потрібно раціонально використовувати робочу силу, багато в чому це залежить від економного і ефективного використання робочого часу. Аналіз використання робочого часу проводиться за даними статистичної звітності – форма № 3-ПВ "Звіт про використання робочого часу" (піврічна). В додатку до статистичної звітності для більш поглибленого дослідження використання робочого часу залучають матеріали фотографії і самофотографії робочого дня, хронометражу, вибіркового спостережень тощо. Виявленню втрат і непродуктивному використанню приділяється найбільша увага в аналізі використання робочого часу. Зменшення втрат робочого часу сприяє зростанню продуктивності праці внаслідок кращого використання трудових ресурсів

Висновки. Отже, управління робочим часом передбачає аналіз ефективності його використання, виявлення резервів та планування за результатами аналізу заходів для зменшення втрат та непродуктивних витрат робочого часу, що забезпечить, в цілому, покращення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта.

Література

1. Нормування, організація та оплата праці в поліграфії : навч. посібник / А. В. Кваско, Я. В. Котляревський, О. В. Мельников, М. В. Сірик. Київ : НТУУ «КПІ», 2020. 248 с.
2. Що таке тайм-менеджмент? Основи управління часом. URL: <https://edin.ua/shho-take-tajm-menedzhment-osnovi-upravlinnya-chasom/> (дата звернення: 11.03.2024).
3. Аналіз використання робочого часу. 2021. URL: https://pidru4niki.com/12980108/ekonomika/analiz_vikoristannya_robochogo_chasu (дата звернення 11.03.2024).

26. Методи стимулювання персоналу для підвищення лояльності до компанії

Анна Рудова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Лояльність персоналу – це цінний актив для будь-якої компанії, якого можна досягти використовуючи один з найефективніших інструментів підвищення лояльності працівників до роботодавця – стимулювання персоналу.

Матеріали і методи. В цьому дослідженні використано методи аналізу, синтезу та узагальнення наукової інформації.

Результати. Одним з ключових факторів, що впливають на лояльність до компанії, є система стимулювання персоналу. Працівники, які відчують, що їхню працю цінують і винагороджують, більше зацікавлені в роботі, в кар'єрному зростанні і будуть більше цінувати своє робоче місце, де піклуються про працівників.

Найбільш значущими методами стимулювання персоналу, безпосередньо, є оплата праці, можливість кар'єрного зростання та гнучкість в робочому процесі. Окрім цього керівництву важливо застосовувати різні інструменти стимулювання працівників, які розділяються на матеріальні та нематеріальні, виділяють значимість атмосфери в колективі, а також важливість використання інноваційних методів стимулювання (табл.).

Таблиця

Методи стимулювання персоналу на підприємстві

Матеріальні стимули	Нематеріальні стимули	Атмосфера в колективі	Інноваційні методи
Бонуси Премії Додаткові виплати Матеріальна допомога Оплата медичного страхування Оплата харчування Подарунки	Подяка Похвальні листи Кар'єрне зростання Гнучкий графік роботи Віддалена робота Додаткові дні відпустки Навчання Корпоративні заходи	• Сприятливий мікроклімат (довіра, командний дух) • Підтримка з боку керівництва • Можливість самореалізації (використання своїх знань, навичок, талантів) • Згуртований колектив	• Гейміфікація: впровадження ігрових елементів у робочий процес • Програми лояльності: накопичення балів за досягнення, які можна обміняти на винагороди • Використання VR-технологій для навчання, розвитку, мотивації • Програми підтримки психічного здоров'я

Джерело: складено автором на основі [1].

Висновки. Отже, ефективна система стимулювання персоналу повинна бути комплексною і враховувати як матеріальні, так і нематеріальні потреби працівників. Використання інноваційних методів стимулювання, таких як гейміфікація, програми лояльності, віртуальна реальність, може допомогти підвищити мотивацію та залученість працівників, що сприятиме покращенню лояльності працівників.

Література

1. Ефективні методи та способи стимулювання персоналу. *LivingFo*. 2023. URL: <https://livingfo.com/efektyvni-metody-ta-sposoby-stymuliuvannia-personalu/>.

27. Візуальна психодіагностика в роботі менеджера по персоналу

Анастасія Рудова, Наталія Чугаєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Менеджер з персоналу, який володіє навичками візуальної психодіагностики, може значно поліпшити свою роботу на всіх етапах, починаючи з відбору кандидатів і закінчуючи оцінкою результативності праці. Важливо пам'ятати, що в процесі комунікації від 40% до 80% інформації передається за допомогою невербальних сигналів, які потрібно вміти правильно інтерпретувати [2].

Матеріали і методи. Під час проведеного дослідження використано метод синтезу, дедукції та індукції, а також узагальнення.

Результати. Невербальні засоби комунікації, такі як екстралінгвістика, просодика, кінесика, зовнішній вигляд та хронеміка, відіграють ключову роль у роботі менеджера по персоналу, особливо в умовах дистанційної роботи. Візуальна психодіагностика стає невід'ємною частиною процесу взаємодії зі співробітниками, оскільки вона дозволяє зрозуміти їхні емоції та стан за допомогою спостереження за їхнім невербальним вираженням.

Першими невербальними сигналами, із якими зустрічається менеджер по персоналу під час зустрічі з кандидатом є елементи хронеміки (прийшов кандидат вчасно чи запізнився) та його зовнішній вигляд: охайний одяг у діловому стилі, стиль smart-casual чи халат (дуже часто зустрічається на онлайн-співбесідах на масові позиції), зачіска, пірсинг, татуювання [1].

Робота з кандидатами онлайн набагато зменшує можливість використання візуальної психодіагностики, наприклад, вивчаючи жести та позицію тіла кандидата, HR не може зчитати його положення ніг, не повністю бачить руки (можливо, одна рука на виду, друга крутить невеликий предмет) та позицію тіла в цілому.

Аналіз невербальних сигналів вимагає, щоб спеціаліст був уважним до деталей і приділяв час тренуванню у розпізнаванні цих сигналів. Для цього менеджери по персоналу можуть відвідувати тренінги з невербальної комунікації та візуальної психодіагностики; читання спеціалізованої літератури; приклади співбесід, за якими професіонали детально розбирали невербальні сигнали кандидатів; відеозапис себе для того, щоб розпізнавати свої власні сигнали та реакції, що допоможе зрозуміти, як менеджер по персоналу виглядає збоку та який вплив є у нього під час співбесіди із кандидатом; спостереження за людьми навколо себе, щоб навчитись розрізняти їх емоції та реакції.

Висновки. При розпізнаванні невербальних сигналів важливо мати обережний підхід і не робити поспішні висновки, базуючись тільки на них. Всі сигнали тіла повинні аналізуватися у контексті разом з висловленнями та ситуацією в цілому, оскільки співбесіда може бути станом стресу для багатьох кандидатів. Важливо також врахувати технічний фактор під час проведення співбесіди онлайн: якість звуку, відео та з'єднання можуть вплинути на невербальні сигнали кандидата.

Література

1. Чугаєва Н. Ю. Перспективи вивчення психологічних дисциплін для HR. *Технології розвитку інтелекту*. 2022. Том 6. № 2 (32). DOI: <http://doi.org/10.31108/3.2022.6.2.3> (дата звернення: 04.03.2024).

2. Lawton E. *Body Language and the First Line Manager*. Oxford : Chandos. 2006. 78 p. URL: <https://www.sciencedirect.com/book/9781843342151/body-language-and-the-first-line-manager> (дата звернення: 04.03.2024).

28. Основні психологічні засоби діагностики психічних станів для HR-менеджерів

Юлія Сауткіна, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах постійної зміни робочих процесів та високих вимог до адаптивності працівників, психологічна діагностика психічних станів відіграє ключову роль у розумінні того, як працівники можуть реагувати на різноманітні робочі ситуації. Ця складова частина психології дозволяє не тільки виявляти особистісні характеристики та професійні навички, але й оцінювати емоційний стан, стресостійкість, мотивацію та інші психологічні аспекти, що безпосередньо впливають на продуктивність праці.

Матеріали і методи. При проведенні досліджень було використано методи аналізу наукової літератури, узагальнення власного досвіду вивчення дисципліни «Основи психодіагностики для HR» та навчальних предметів професійного спрямування.

Результати. Розглядаючи глибше важливість психологічної діагностики, можна виділити кілька основних методів, кожен з яких має свої особливості та переваги [1]:

1) Опитування та анкетування: Вони є одними з найпростіших і водночас ефективних методів збору інформації про психологічний стан та ставлення співробітників до роботи, колег, управління та корпоративної культури. За допомогою структурованих анкет, HR-менеджери можуть швидко оцінити загальний настрій у колективі, виявити можливі джерела невдоволення або стресу, а також зібрати пропозиції щодо покращення робочого середовища.

2) Психологічні тести дозволяють оцінити більш глибокі аспекти особистості, такі як інтелектуальні здібності, емоційний інтелект, особистісні характеристики, мотиваційні профілі та інше

3) Спостереження та інтерв'ювання - ці методи передбачають безпосереднє спілкування з працівниками або спостереження за їх поведінкою в реальних робочих умовах. Інтерв'ю дозволяє отримати глибоке розуміння індивідуальних переживань, мотивації, очікувань та побоювань співробітника. Спостереження за поведінкою в робочій обстановці допомагає виявити, як особистісні риси впливають на взаємодію з колегами та виконання робочих завдань.

Важливість для HR-менеджера: застосування цих методів дозволяє HR-менеджерам не просто відбирати кандидатів, а формувати міцні, згуртовані команди, здатні ефективно справлятися з викликами сучасного робочого середовища. Крім того, це сприяє розвитку корпоративної культури, заснованої на взаємоповазі, підтримці та взаєморозумінні, що є ключовим фактором у залученні та утриманні талановитих співробітників.

Висновки Психологічна діагностика в сфері управління персоналом є не лише інструментом для оцінки та відбору кандидатів, а й комплексним підходом, який дозволяє розробляти індивідуальні програми розвитку, попереджати конфлікти, оптимізувати робочий процес і, в кінцевому підсумку, формувати здорове та продуктивне робоче середовище. Використання різноманітних психологічних інструментів і методів дозволяє HR-менеджерам глибше розуміти та ефективно використовувати людський потенціал, що є ключем до успіху будь-якої організації.

Література

1. Карамушка Л. М. Психологія управління: підручник. Київ : Академвидав, 2006. URL : <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/39685> (дата звернення: 20.03.2024).

29. Нейроменеджмент як інструмент максимізації лідерських якостей

Марія Свиріденко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Лідерство є складним завданням, яке вимагає від особистості не лише високої компетентності, а й гнучкості управлінського підходу. Останнім часом велике значення приділяється використанню принципів нейроменеджменту для максимізації лідерських якостей та досягнення успіху в динамічному бізнес-середовищі.

Матеріали і методи. В роботі використано результати досліджень зарубіжних і вітчизняних науковців щодо переосмислення наукових досягнень та критичних змінних у галузі менеджменту на засадах нейронауки.

Результати. Нейроменеджмент враховує роль головного мозку у формуванні лідерських властивостей. Дослідження показують, що певні структури мозку відповідають за прийняття рішень, емоційний інтелект та управління стресом. Розуміння цих аспектів дозволяє ефективніше впливати на розвиток лідерських якостей. Нейроменеджмент надає конкретні техніки для управління стресом, що є невід'ємною частиною лідерського середовища. Застосування методів релаксації та тренування уваги допомагає лідерам ефективніше контролювати стресові ситуації та приймати виважені рішення [1]. Лідерство передбачає високий рівень емоційного інтелекту, а нейроменеджмент сприяє розвитку цієї ключової компетенції. Тренування управління емоціями, розуміння власних та чужих почуттів допомагає лідерам будувати ефективні комунікаційні стратегії та розв'язувати конфлікти [2].

Максимізація лідерських якостей включає в себе і розвиток когнітивних функцій, пропонуючи методи для підвищення когнітивних функцій, таких як концентрація, творчість та прийняття рішень. Це особливо важливо для лідерів, оскільки вони повинні швидко адаптуватися до нових ситуацій та приймати інформовані рішення [3]. Ще однією перевагою нейроменеджменту в контексті лідерства є можливість створення індивідуалізованих стратегій розвитку. Кожен лідер має унікальні риси та потреби, і застосування персоналізованих підходів дозволяє максимально розкрити лідерський потенціал. Нейронаука продовжує удосконалюватися, нейроменеджмент стає все більш важливим інструментом для лідерів у всіх галузях [4].

Висновки. В сучасному бізнес-середовищі нейроменеджмент є невід'ємною складовою успіху оскільки допомагає максимізувати лідерські якості особистості. Застосування принципів нейроменеджменту дозволяє лідерам не лише ефективно управляти собою, але й впливати на команду та досягати високих результатів в динамічному світі бізнесу.

Література

1. Окорський В. П. Роль нейроменеджменту при ухваленні креативних управлінських рішень. *Перспективи розвитку економіки в 2022 році: аналітичний та теоретико-методологічний аспекти* : матеріали науково-практичної конференції. Дніпро : НО «Перспектива», 2022. С. 51-55.
2. Девід Рок. Твій мозок у роботі. Як припинити відволікатися і працювати продуктивніше / пер. з англ. Д. Кожедуб. Київ : «Наш формат», 2019. 288 с.
3. Raj N., Priya P., Pathak M. Neuro-Economics: Investigating the Neural Correlates of Decision Making and Economic Behaviour. *Jamshedpur Research*. 2023. № 6 (61). P. 30-65.
4. Valencia-Martínez L. Y., Suárez-Rojas M. S. (2023). Neuromanagement: implementación alternativa en la gestión organizacional. *Revista CEA*. № 9 (21).

30. Формування комплексної системи оцінювання персоналу на підприємстві

Тетяна Секретарук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування комплексної системи оцінювання персоналу на підприємстві є стратегічною необхідністю для забезпечення ефективного розвитку кадрового потенціалу. Ця система сприяє об'єктивному визначенню внеску працівників та підвищенню загальної продуктивності організації та досягненню стратегічних цілей.

Матеріали і методи. У дослідженні використані методи, такі як аналіз та синтез, логічне узагальнення. Дослідження ґрунтується на різноманітних джерелах – наукових статтях та офіційних інформаційних ресурсах в мережі Інтернет.

Результати. Визнання та розвиток персоналу вимагає впровадження комплексної системи оцінювання, для якої необхідно врахувати різноманітні аспекти та критерії для забезпечення об'єктивності та ефективності процесу:

- професійні навички та кваліфікація працівника;
- результативність та досягнення поставлених цілей;
- комунікаційні здібності та взаємодія з колегами та клієнтами;
- лідерські якості та здатність до управління командою;
- адаптивність до змін в робочому середовищі;
- відповідність корпоративним цінностям та культурі компанії;
- здатність до саморозвитку та професійного зростання;
- взаємодія з клієнтами та створення позитивного враження про підприємство;
- вміння працювати в команді та досягати спільних цілей;
- здатність до критичного мислення та розв'язання проблем.

Додатково, важливо врахувати, що методи оцінювання повинні включати такі інструменти, як *Assessment centre* та *Hogan* для аналізу персоналу та визначення рівня *Assessmenta*, надаючи достовірний прогноз ефективності співробітника на робочому місці [1]. Наступним кроком є використання результатів оцінювання персоналу для розвитку та мотивації. Оцінювання допомагає визначити потреби у підвищенні кваліфікації та навчанні, оновленні наявних навчальних програм згідно HR-трендів [2]. Встановлення зворотного зв'язку надає працівникам можливість зрозуміти свої сильні та слабкі сторони, що є важливим для особистого та кар'єрного зростання в компанії.

Висновки. Формування комплексної системи оцінювання персоналу на підприємстві є стратегічною необхідністю, для розвитку персоналу. Забезпечення об'єктивного оцінювання працівників за різноманітними критеріями сприятиме професійному розвитку. Ці підходи спрямовані на підвищення ефективності підприємства в цілому, формуючи основу для стабільного та успішного функціонування на ринку.

Література

1. Як оцінити ефективність роботи персоналу: основні критерії оцінки співробітників. URL: <https://www.staff.ua/uk/blog/yak-otsinyty-efektyvnist-roboty-personalu-osnovni-kryterii-otsinky-spivrobitnykiv> (дата звернення: 16.02.2024).

2. Драган О., Дегтяр А. Оцінювання персоналу на підприємстві: теоретичний підхід. *The basis for the further movement of scientific knowledge* : VIII Міжн. наук.-практ. конф. 21.02.2023. Дрезден, Німеччина. 91 с. С. 13-16. URL: <https://intersci.eu> (дата звернення: 18.02.2024).

31. Забезпечення ефективної кадрової безпеки підприємства

Аліна Сіріченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Управління безпекою персоналу є центральним серед інших елементів системи економічної безпеки сучасних підприємств, що охоплює весь спектр заходів, що спрямовані на запобігання та усунення ризиків і загроз, що пов'язані з роботою та поведінкою персоналу.

Методи досліджень. У роботі використовувався ряд загальних і спеціальних методів, а саме: методи індукції та дедукції, спостереження та узагальнення.

Результати. У сучасних умовах господарювання підприємства та організації самостійно розробляють та здійснюють свою економічну політику, поряд з цим організовуючи виробництво і маркетинг, формують оборотні активи і погашення зобов'язань, що призводить до необхідності забезпечення економічної безпеки своєї діяльності та потребує створення власної системи управління безпекою персоналу.

Основна мета забезпечення економічної безпеки підприємства полягає в досягненні максимальної стабільності, а також у створенні основи і перспектив зростання для досягнення бізнес-цілей, незалежно від загрозливих факторів [1].

Кадрова безпека є однією з найважливіших складових економічної системи безпеки.

Мета забезпечення кадрової безпеки конкретизується в завданнях, що визначаються в залежності від трьох факторів: в залежності від рівнів управління в компанії залежно від типів загроз та залежно від груп ризику.

Залежно від рівнів управління компанією, завдання кадрової безпеки пов'язані з тим, що в рамках економічної безпеки персоналу реалізується спочатку на рівні стратегії, а потім конкретизується в програмах та методах (система кадрової безпеки підприємства). На стратегічному рівні визначається кадрова політика підприємства, її зв'язок із визначеною стратегією розвитку підприємства, та основними напрямками роботи, що визначено службою управління персоналом. Завдання на цьому етапі – виявити проблеми підприємства, розробити їх рішення, певні правила та нормативні акти, що обов'язкові для всього підприємства, які сприяють кадровій безпеці.

Завданнями системи управління кадровою безпекою підприємства є [2]:

- аудит кадрової безпеки;
- виявлення загроз кадровій безпеці підприємства;
- відбір, перевірка та вивчення кандидатів для роботи на підприємстві;
- виявлення підроблених документів при прийомі на роботу;
- розроблення пакету документів щодо захисту економічних інтересів підприємства

Висновки. За результатами дослідження визначено місце кадрової безпеки в системі економічної безпеки підприємств, та охарактеризовано систему кадрової безпеки підприємства.

Література

1. Volodymyr Panchenko Role, place and conceptual principles of human resources management of the enterprise. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/view/ByFileId/1026348> (дата звернення: 10.03.2024).
2. Соціально-економічна безпека : навч. посіб. / О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2019. 278 с.

32. Формування ефективного стилю керівництва сучасною організацією

Анастасія Стойка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування ефективного стилю керівництва є ключовим аспектом успішного функціонування сучасної організації. Сучасний світ змінюється дуже швидко, тому стиль керівництва повинен бути гнучким і адаптивним.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення; саме дослідження проведено на основі таких матеріалів як навчальні посібники, статті у фахових виданнях, офіційні дані сайтів.

Результати. Зовнішніми проявами стилю керівництва є реалізація основних управлінських форм поведінки, розвиток зворотного зв'язку між керівництвом і керованою системою, динамікою вертикальних і горизонтальних відносин в організації.

Таким чином, у загальному вигляді стиль керівництва можна визначити як поведінку в системі "керівник-підлеглий", а особливості взаємодії в системі відносин "керівник-підлеглий" включають соціально-психологічні характеристики керівника, набір методів і прийомів, що використовуються в управлінській діяльності, поведінку при вирішенні конфліктних ситуацій, мотивацію працівників, а також визначення ступеня мотивації працівників, визначення ступеня централізації чи колегіальності у прийнятті управлінських рішень [1].

Невдалий вибір стилю управління руйнує команду, створює конфлікти та напруженість, негативно впливає на продуктивність праці та психологічну атмосферу в колективі. Обраний стиль управління - це певна тактика, яка визначає результат професійної діяльності компанії. Тому менеджери на всіх ієрархічних рівнях повинні вміти використовувати всі стилі управління. Хорошим стимулом для підлеглих до роботи є звіт керівників про результати своєї роботи за рік. Підлеглі розуміють, з якими труднощами вони стикалися протягом року і як вони були вирішені завдяки комусь іншому. Такі менеджери стають лідерами [2].

Дії ефективного менеджера будь-якого рівня базуються на таких основних практиках менеджменту:

- формулювання завдання за критеріями SMART;
- здатність здійснювати зворотний зв'язок із співробітниками;
- наставництво;
- вміння оцінювати результати дій та зусиль співробітників.

Висновки. Отже, найефективніший стиль керівництва – це той, який забезпечує якісну роботу і створює атмосферу довіри та поваги в колективі. Менеджери не повинні керувати використовуючи лише один усталений стиль керівництва. Управління та лідерство – це мистецтво. Компетентний та ефективний лідер повинен мати широкий кругозір і бути креативним.

Література

1. Сорока О. В., Гулакова В. Л. Формування ефективного стилю керівництва сучасною організацією. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/17035>.
2. Колбіна Л. А. Менеджмент соціальної роботи : навч. посіб. Одеса : видавець Букаєв В. В., 2017. 406 с.

33. Формування мотиваційного профілю персоналу підприємства

Аліна Тимошук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування мотиваційного профілю персоналу підприємства є ключовим етапом в управлінні кадровими ресурсами. Оскільки, він допомагає залучати та утримувати висококваліфікованих працівників та сприяє досягненню стратегічних цілей та завдань підприємства.

Матеріали і методи. Для комплексного вирішення проблемних завдань у напрямку дослідження застосовуються як загальнонаукові, так і спеціальні методи, які дозволили охопити різні аспекти теми; саме дослідження проведено на основі таких матеріалів як навчальні посібники, статті у фахових виданнях, офіційні дані сайтів.

Результати. Кожна людина має свої особисті потреби, цінності та пріоритети. Всі ці аспекти відображаються у її ставленні до роботи, саме тому мотивація персоналу має бути індивідуальною, прозорою та зрозумілою кожному із співробітників [2]. Для розробки індивідуальних методів мотивації персоналу використовуються сучасні технології управління персоналом, які відіграють важливу роль у забезпеченні стабільності та успішності організації на ринку на основі мотиваційного профілю.

Мотиваційний профіль – це індивідуальне поєднання стимулюючих факторів людини, які надихають її виконувати певні завдання [1, с. 32]. Без діагностики складно зробити висновки про те, чим мотивований співробітник, оскільки люди різні, а відповідно, їх потреби також відрізняються. Мотив, значимий для одного співробітника, може не вплинути на ефективність праці іншого працівника.

Мотиваційний профіль особистості в даний час розглядають як зручний та ефективний спосіб виміру трудової мотивації. Виділяють кілька різних методик вивчення мотиваційного профілю персоналу підприємства, які переважно представлені тестами, опитувальниками та спрямовані на діагностику мотивації праці як соціального явища, тобто формують групу соціологічних методик. Вивчивши мотиваційний профіль кожного працівника в організації керівники можуть отримувати цінні знання про мотиви персоналу, які рухають працівниками і в свою чергу пропонувати їм стимули, що найбільш співвідносяться з їхньою мотивацією.

Висновки. Таким чином, формування індивідуальних методів мотивації персоналу виступає не лише як необхідність, а й як стратегічний крок у забезпеченні ефективності та задоволеності працівників. Розуміння мотиваційного профілю кожного співробітника є ключем до підвищення продуктивності та створення сприятливого робочого середовища.

Література

1. Кириченко Н., Хірса І. Мотиваційний механізм організації підприємницької діяльності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. № 14. С. 32-36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.14.4>.

2. Корольков В. В., Бабенко Д. О. Удосконалення мотиваційного механізму управління персоналом підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_11_45.

34. Формування системи винагородження працівників на підприємстві

Альона Тригубенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Система винагородження персоналу має на меті стимулювання працівників до досягнення високих результатів та відповідності їхніх зусиль цілям і цінностям організації.

Матеріали і методи. Методичну основу дослідження складають методи теоретичного та емпіричного пізнання та логічне узагальнення; дослідження проведено на основі публікацій у фахових виданнях, даних офіційних сайтів.

Результати. Ефективність системи винагороди і управління персоналом організації залежить від рівня узгодженості особистих інтересів працюючих та бізнесу. Тому система винагороди як сукупність управлінських впливів, що спрямовані на матеріальні та соціально-психологічні інтереси людини, є сутнісною основою кадрової політики та концепції кадрового менеджменту організації [1]. Автори зазначають, що починаючи зі зростаючої динаміки та складності конкурентного середовища, розуміння «людського ресурсу» все більше і більше відходить від «фактора витрат у компанії» до «найважливішого ресурсу в компанії». Якщо взяти до уваги сучасні теорії стратегічного управління, підхід, заснований на знаннях («Погляд на основі знань») для пояснення підприємницьких конкурентних переваг, найкраще відображає цю зміну: він визначає фактор знання як центральний ресурс для досягнення конкурентних переваг. Найпоширенішим і найдієвішим методом підвищення ефективності праці є виплата грошових винагород у вигляді премій.

Основними завданнями формування та забезпечення ефективної мотивації праці на державному та регіональному рівнях мають бути: розробка заходів, спрямованих на забезпечення зростання номінальної та реальної заробітної плати та формування джерел її подальшого підвищення; удосконалення механізмів державного і колективно-договірного регулювання оплати праці; відновлення функцій заробітної плати з розширеного відтворення робочої сили і наближення її рівня до реальної вартості робочої сили на ринку праці; реалізація заходів щодо посилення соціальних гарантій, захисту прав працівника та зниження ризиків у сфері праці; розробка заходів щодо підвищення культурно-освітнього рівня населення; забезпечення зростання добробуту та якості життя населення; формування трудового потенціалу працівників ринкового типу, здатних забезпечувати економічні та соціальні інтереси особистості, підприємства, держави [2].

Висновки. Система винагородження персоналу виступає важливим інструментом управління людськими ресурсами, визначає форми, розміри, структуру винагороджень, а також процедури планування, нарахування, виплати і моніторингу. Забезпечення ефективної мотивації праці – важливе завдання, від успішного виконання якого залежить ефективність діяльності підприємства.

Література

1. Pfohl, HC. (2023). Basics of Personnel Management. In: Logistics Management. Springer, Berlin, Heidelberg. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-662-66564-0_10.
2. Ведерніков М. Д., Волянська-Савчук Л. В., Зелена М. І., Базалійська Н. П., Чернушкіна О. О. Формування мотивації персоналу підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 3. С. 239-247.

35. Основи планування та оптимізації витрат на персонал підприємства

Олеся Тур, Яна Хорсун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Планування та оптимізація витрат на персонал - це комплексний процес, який допомагає підприємствам використовувати свої людські ресурси максимально ефективно та досягати своїх цілей, економлячи кошти.

Матеріали і методи. Дослідження побудоване на загальнонаукових методах теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічного узагальнення; матеріалами дослідження були навчальні посібники, наукові статті, офіційні дані та ін.

Результати. Система управління витратами на персонал являє собою взаємодію керуючої та керованої підсистем, що забезпечує оптимізацію витрат на персонал, на основі узгодження методичного, нормативно-правового, організаційного аспектів щодо вибору напрямків витрат на персонал, визначення їх величини і джерел відшкодування.

Вихідним моментом для планування всіх показників з праці є визначення допустимої величини витрат на персонал в одиниці вартості продукції. Для забезпечення конкурентоспроможності головне – це зменшувати витрати на одиницю продукції. Особливого значення планування витрат на персонал набуває ще й тому, що з розвитком суспільства практично єдиним товаром, який буде неухильно дорожчати, стає робоча сила [1]. У зв'язку з цим на кожному підприємстві потрібно створювати чітку і прозору систему показників з праці та витрат на персонал, що дає змогу здійснювати аналіз та планування діяльності, а також оцінювати свою конкурентоспроможність.

Конкретні інструменти та методи оптимізації витрат на підприємстві можуть бути такими: аутсорсинг (передача деяких функцій зовнішнім підрядникам); аутстафінг (переведення частини персоналу на роботу до іншого підприємства); гнучкий графік роботи (залучення та утримання талановитих працівників); навчання та розвиток (інвестування в персонал); система мотивації; система KPI (визначення та оцінка ключових показників ефективності персоналу); аналіз даних (для прийняття кращих рішень щодо управління персоналом) [2].

Висновки. Ефективне управління витратами на персонал є одним із найважливіших напрямків у діяльності підприємств. Тому що кожне підприємство прагне стати більш ефективним і рентабельним та застосовувати передові технології, що в свою чергу потребують людських ресурсів з необхідними знаннями та здібностями. Планування та оптимізація витрат на персонал, таким чином, стають інструментом здійснення політики управління людськими ресурсами підприємства та відіграють найважливішу роль у структурі витрат сучасних підприємств.

Література

1. Драган О., Дегтяр А. Оцінювання персоналу на підприємстві: теоретичний підхід. *The basis for the further movement of scientific knowledge* : VIII Міжн. наук.-практ. конф. 21.02.2023. Дрезден, Німеччина, 2023. С. 13-16. URL: [The-basis-for-the-further-movement-of-scientific-knowledge.pdf](https://www.intersci.eu/The-basis-for-the-further-movement-of-scientific-knowledge.pdf) (intersci.eu).

2. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.

36. Емоційний інтелект для розвитку софт скілл персоналу підприємства

Тетяна Федорчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Останнім часом все більшої популярності набуває точка зору, що емоційний інтелект є важливим для будь-якого співробітника як варіант «універсального досвіду». Емоційний інтелект – група ментальних здібностей для усвідомлення власних емоцій та емоцій навколишніх людей. Високий рівень емоційного інтелекту допомагає керувати своєю емоційною сферою, легше досягати своїх цілей у взаємодії з оточенням.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи аналізу, синтезу та логічне узагальнення; застосовані наступні матеріали – фахові статті, офіційні дані сайтів.

Результати. Сучасні умови функціонування підприємств вимагають від менеджерів формування не тільки хард скілл, а передусім софт скілл які пов'язані з емоційним інтелектом. Софт скілл – універсальні непрофесійні якості, які допомагають взаємодіяти між собою в команді, адаптуватися до змін на ринку праці.

Згідно з дослідженнями, проведеними в Гарвардському та Стенфордському університетах, лише 15% кар'єрного успіху забезпечується "твердими" навичками, тоді як інші 85% - "м'якими" навичками. На думку П. Клауса, софт скілл або зроблять кар'єру успішною, або зруйнують її [1].

Для розвитку софт скілл за допомогою емоційного інтелекту персоналу необхідно: розвивати емпатію (волонтер проєкти, акції допомоги в офісі); емоційна саморегуляція (психологічні тренінги); комунікативні навички (презентації, публічні виступи); соціальна компетенція (командна участь в спільних проєктах, взаємодія з різними людьми); вміння вирішувати конфлікти (психологічна підтримка, робота з HR для запобігання конфліктів на роботі) [2].

Важливо розвивати емоційний інтелект та покращувати софт скілл для ефективної роботи та кар'єрного зростання працівників. На досвіді зарубіжних компаній можна помітити, що після запровадження тренінгів з емоційного інтелекту для працівників продуктивність праці і прибуток компанії зростали завдяки спільній роботі команди однодумців і толерантності.

Висновки. Високий емоційний інтелект є потужним провісником кар'єрного успіху у будь-якому колективі. Він закріплює професійні навички, допомагаючи думати більш креативно і краще застосовувати софт скілл і хард скілл для професійного розвитку і технологій тимбіддингу.

Література

1. Махначова Н. М., Мідляр А. К. «Soft-skills» керівника підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С. 380-383.
2. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / Укл. О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. І. Драган. Київ : Кафедра, 2021. 612 с.

37. Розвиток цифрових компетенцій у менеджерів персоналу підприємства

Анастасія Хоменко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Різноманітність та швидкі зміни в сучасному бізнес-середовищі вимагають від менеджерів персоналу не лише традиційних управлінських навичок, але й активного володіння цифровими компетенціями. Цифрові технології стають необхідним інструментом управління персоналом, що вимагає постійного розвитку та вдосконалення професійного рівня керівників у цій галузі. Важливість цифрових навичок для ефективного управління людськими ресурсами у підприємстві стає очевидною в умовах стрімкої цифровізації сучасного світу.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи, літературний огляд наукових публікацій, інтернет-ресурсів та експертних висновків.

Результати. Поширення новітніх технологій позначається на багатьох сферах, зокрема і на сфері HR-менеджменту. Технології істотно впливають на сучасне покоління людей, дають змогу покращувати комунікацію та впроваджувати на підприємстві нові цифрові технології [1].

За результатами досліджень та публікацій щодо розвитку цифрових компетенцій у менеджерів персоналу, можна виділити два основних моменти:

- сьогодні існує нагальна потреба у розвитку цифрових навичок менеджерів персоналу для успішного виконання ними своїх обов'язків;
- формування та розвиток інформаційних та цифрових технологій у менеджменті персоналу підприємства впливає на конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Цифровізація бізнес-процесів підприємства відкриває для підприємства такі можливості: збільшення частки інтелектуальної праці, підвищення кваліфікації персоналу підприємства, автоматизація, роботизація, інформатизація діяльності підприємства, поява нового програмного забезпечення, зміцнення зв'язку зі стейкхолдерами, зростання лояльності та довіри до підприємства, підвищення рівня корпоративної культури, зміна знань, навичок, вмінь, компетентностей, адаптивності підприємства та персоналу, зміцнення бренду підприємства, оптимізація часу, який витрачається на рутинні обов'язки, зокрема і HR-менеджера [1].

Висновки. Розвиток цифрових компетенцій у менеджерів персоналу відіграє ключову роль у забезпеченні успішного функціонування та адаптації підприємства до вимог цифрової економіки. Це підкреслює необхідність здійснення систематичного навчання та підтримки розвитку цифрових навичок для підвищення ефективності управління персоналом та запобігання відставанню від конкурентів.

Література

І. Святюк О. Р., Захарец А. О., Ситник Й. С. Цифровізація управлінської праці HR-менеджера. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. № 2 (8). С. 210-222. <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/dec/29533/220972maket-214-226.pdf> (дата звернення: 12.03.2024).

38. Мотивація персоналу підприємства в умовах трансформації

Дар'я Чура

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мотивація персоналу в умовах трансформації є складним і багатогранним завданням. Для його успішного виконання необхідно розробити ефективну систему мотивації, яка враховувала б всі особливості та фактори, що впливають на мотивацію працівників у сучасному світі.

Матеріали і методи. У дослідженні було використано теоретичний та емпіричний підходи. Теоретичний передбачав аналіз та синтез інформації, а емпіричний – використання статей у фахових виданнях та офіційних даних сайтів.

Результати. Успішність мотивації персоналу в умовах трансформації обумовлена комплексною дією факторів:

- зміною зовнішнього середовища, у якому функціонує підприємство. У період трансформації ринок праці стає більш конкурентоспроможним, що вимагає від підприємств розробки ефективних систем мотивації персоналу для залучення та утримання висококваліфікованих працівників;
- динамічністю потреб та цінностей працівників. У сучасному світі працівники прагнуть до самореалізації, самовдосконалення та визнання. Це вимагає від підприємств створення мотиваційних програм, які відповідають цим потребам;
- змінами у структурі та культурі підприємства. У період трансформації підприємства часто змінюють свою структуру та культуру. Це може призвести до зниження мотивації персоналу, якщо ці зміни не будуть належним чином підтримані керівництвом підприємства;
- важливо не забувати, що ми керуємо людьми, у яких є почуття. В умовах трансформації буде доречною похвала, прояв турботи. Необхідно оперативно надати працівникові моральну підтримку, показавши, що він не один. Слід спокійно та уважно вислухати його, не осуджуючи його емоції. Однак важливо також допомогти працівникові впоратися зі своїми переживаннями, щоб вони не заважали йому працювати. Для того, щоб працівник зміг успішно працювати, важливо, щоб він відчував підтримку з боку керівництва та колег. Якщо працівник переживає складний період, необхідно надати йому моральну підтримку, вислухати його та допомогти впоратися з переживаннями [1];
- забезпечення працівників гнучким робочим часом та іншими пільгами. Варто розуміти, що робота це робота, вона не повинна займати весь вільний час працівника. Необхідно збалансувати роботу та особисте життя персоналу.

Висновки. В умовах трансформації буде доречною похвала, прояв турботи. Необхідно оперативно надати працівникові моральну підтримку, показавши, що він не один. Слід спокійно та уважно вислухати його, не осуджуючи його емоції. Однак важливо також допомогти працівникові впоратися зі своїми переживаннями, щоб вони не заважали йому працювати. Для того, щоб працівник зміг успішно працювати, важливо, щоб він відчував підтримку з боку керівництва та колег. Якщо працівник переживає складний період, необхідно надати йому моральну підтримку, вислухати його та допомогти впоратися з переживаннями.

Література

1. Мотивація персоналу в умовах війни: трансформація підходів. *devisu.ua*. URL: <https://devisu.ua/uk/stattia/motivaciya-personalu-v-umovah-viyni-transformaciya-pidhodiv>.

39. Управління персоналом підприємства в контексті теорії поколінь

Дар'я Штефан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Теорія поколінь виникла декілька століть тому, та з того часу активно використовується для роз'яснення різних суспільних і моральних явищ. Ця теорія часто застосовується для розуміння різниць між поколіннями в контексті праці, способу життя та потреб.

Матеріали і методи. Методичною основою дослідження є загальнонаукові методи емпіричного та теоретичного пізнання. Дослідження ґрунтується на різноманітних джерелах, таких як: навчальні посібники, статті у фахових виданнях і офіційні дані з вебсайтів.

Результати. Теорія поколінь ґрунтується на концепції, що особи, які народилися протягом одного та того ж часу, спільно переживають історичні події, технологічний розвиток та соціальні умови, які визначають їхні цінності та моделі поведінки.

Спеціалісти багатьох галузей користуються цією теорією, управлінці, психологи, люди в галузі освіти, маркетингу. Вивчаючи теорію поколінь можна бачити що теорії щодо дат та характеристик відрізняються. Ми будемо спиратись саме на теорію авторів Нейл Хоув і Вільям Штраус. Візьмемо останні 4 покоління:

- «Бейбі-бумери» – народжені приблизно в 1945-1963 роках;
- покоління X – народжені приблизно в 1961-1981 роках;
- покоління Y або міленіали – народжені приблизно в 1982-2004 роках;
- покоління Z – приблизні роки народження з 2005 по теперішній час.

Покоління «Бейбі-бумерів» підростало в той час коли закінчилась Друга світова війна, настав розквіт СРСР та вони жили у відносно стабільний час та були об'єднані ідеєю світлого майбутнього й наддержави [1]. Відповідно дослідженням Pew Research Center, у 2018 році 29% бейбі-бумерів віком від 65 до 72 років працювали або активно шукали роботу [2]. Загальні характеристики бейбі-бумерів: колективна співпраця, економія, оптимізм, патріотизм, відданість родині, працелюбність.

Покоління «X» виросло у той період, коли батьки, належачи до «бумерів», часто працювали до пізньої ночі, тому діти з покоління «ікс» виростили самостійними та досить відповідальними. Цінності покоління - сім'я, будинок, машина і стабільна робота. Вони знають, що для досягнення успіху потрібна лише важка робота.

Покоління «Y», Вони еволюціонували з появою Інтернету, і вся інформація стала доступною одночасно. Вони розвинуті, але не обов'язково мають енциклопедичні знання, їм просто потрібно знати, де погуглити. Основні характеристики «міленіалів»: інфантильність, особистісний розвиток, бажання відрізнятись від інших, відмова від сліпого підкорення, висока самооцінка [1].

Що робить покоління Z унікальним, так це те, що всі технологічні досягнення були частиною їхнього життя від народження. Це покоління відкидає табуйовані теми суспільства і бажає різнобарвності у своєму житті та професійній діяльності.

Висновки. Якщо враховувати теорію поколінь на рівні підприємства, можна досягти бажаних результатів в ефективності праці. За допомогою цієї теорії можна шукати підходи щодо мотивації персоналу.

Література

1. Миронова Н. Бумери, міленіали, покоління Z – хто це? Розбираємось у теорії. *Українська правда*. 9 лютого 2020 р.
2. Richard Fry. Baby Boomers are staying in the labor force at rates not seen in generations for people their age. *Pew Research Center*. 24 липня 2019 р.

40. Role of Psychology in HR

Taisiya Lebedynets, Nataliia Chuhaieva

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The practice of human resource (HR) management depends on the understanding and effective management of the workforce. This requires a deep dive into the sphere of human behavior, motivation and decision-making processes. Psychology, the scientific study of psyche and behavior, offers a powerful lens through which HR professionals can optimize their practice.

Materials and methods. In the research the methods of analyzing and summarizing the scientific information, as well as own experience of studying "Basics of Psychology" and educational disciplines of the professional direction of HR management were used.

Results. HR is a sphere where management and psychology are closely related. On the one hand, psychology provides knowledge about the characteristics of people, which makes it possible to determine the qualities and abilities of a candidate necessary for a specific job. On the other hand, management focuses on finding people who meet the requirements of professional activity. For effective recruitment, it is important to combine these two approaches. This will make it possible to find people who not only have the necessary knowledge and skills, but also will be able to work productively and achieve the goals of the organization.

With the help of certain psychological methods, HR specialists can study and influence mental phenomena and human behavior. Their application allows:

- Assess the personality and competencies of candidates: testing, surveys, interviews and other methods help to better understand the strengths and weaknesses, motivation, values and behavior patterns of potential employees.
- Increase motivation and engagement: understanding the needs and expectations of employees, as well as the use of intangible methods of motivation (praise, recognition, feedback) help create an atmosphere in which people feel valued and strive to achieve better results.
- Conflict resolution: psychological methods of diagnosis and counseling make it possible to identify the causes of conflicts, establish constructive communication and find ways to solve them.

Conclusions. Generally, psychology is the basis of effective HR practices. By understanding human behavior, HR professionals can engage the best professionals, create a positive work environment, and contribute to conflict resolution. This focus on the human factor provides a productive and satisfied workforce that is essential to the success of any organization.

Literature

1. Godara S. The Role of Psychology in Human Resources. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/role-psychology-human-resources-shalu-godara> (date of application: 14.03.2024).
2. Talibova S. R. The Role of Psychology in Human Resources Management. URL: <https://ejop.psychopen.eu/index.php/ejop/article/view/438/438.html> (date of application: 14.03.2024).
3. Shirani M. Relation between psychology and human resource management. URL: <https://medium.com/@mohammadshirani7/psychology-and-human-resource-management-hrm-are-closely-related-spheres-that-intersect-in-33adfbac47e7> (date of application: 14.03.2024).

41. Visual Psychodiagnostics in HR manager's Work

Anastasiia Rudova, Nataliia Chuhaieva

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. HR Managers who possesses visual psychodiagnostics skills can significantly improve their work at all stages, starting from the selection of candidates and ending with the assessment of work performance. It is important to remember that in the process of communication, from 40% to 80% of information is transmitted through non-verbal signals, which must be interpreted correctly.

Materials and methods. The study used the methods of synthesis, deduction, and induction, as well as generalization of own experience of studying the disciplines "Basics of Psychology", "Basics of Psychodiagnostics" and educational disciplines of the professional direction of HR Manager were used.

Results. Non-verbal means of communication, such as extralinguistic, prosody, kinesics, appearance, and chronemics, play a key role in the work of a human resources manager, especially in the context of remote work. Visual psychodiagnostics becomes an integral part of interaction process with employees, as it allows understanding of their emotions and state by observing their non-verbal expressions.

The first non-verbal signals that human resources manager encounters when meeting with a candidate are elements of chronemics (whether the candidate arrived on time or was late) and their appearance: neat business attire, smart-casual style, or a robe (very often found in online interviews for mass positions), hairstyle, piercings, tattoos.

Working with candidates online greatly reduces the possibility of using visual psychodiagnostics. For example, when studying the candidate's gestures and body position, HR cannot read their leg position, does not fully see their hands (one hand may be visible, the other may be twirling a small object), and the body position.

Analysis of non-verbal signals requires that the specialist ought to be attentive to details and devote time to training in recognizing these signals. To do this, HR Managers can attend trainings on non-verbal communication and visual psychodiagnostics; read specialized literature; learn examples of interviews in which professionals analyzed in detail the non-verbal signals of candidates; video recording themselves in order to recognize their own signals and reactions, which will help them to understand how the HR manager looks from the side and what influence he or she has during the interview with the candidate; watching people around them to learn to distinguish between their emotions and reactions.

Conclusions. When recognizing non-verbal signals, it is important to have a cautious approach and not make hasty conclusions based only on it. All body signals must be analyzed in context along with the words spoken and the situation, as the interview can be a state of stress for many candidates. It is also important to take into account the technical factors during the interview online: the sound quality, video, and connection can affect the non-verbal signals of the candidate.

Literature

1. Chuhaieva N. Yu. Prospects for studying psychological disciplines for HR. *Technologies for the development of intelligence*. 2022. Volume 6. № 2 (32). DOI: <http://doi.org/10.31108/3.2022.6.2.3> (date of application: 04.03.2024).
2. Lawton E. *Body Language and the First Line Manager*. Oxford : Chandos. 2006. 78 p. URL: <https://www.sciencedirect.com/book/9781843342151/body-language-and-the-first-line-manager> (date of application: 04.03.2024).

42. Implementing RACI Charts in Business Process Modeling

Pavlo Yatchenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Business Process Modeling (BPM) is a systematic approach to documenting and analyzing an organization's activities. The RACI chart, detailing roles and responsibilities, complements BPM by enhancing clarity and accountability.

Methods and materials. This article draws on a combination of scholarly articles, industry best practices, and case studies to explore the integration of the RACI chart with business process modeling. We aim to provide a comprehensive understanding of how these tools can be employed to optimize organizational processes.

An investigation results. In the contemporary business environment, the significance of Business Process Modeling (BPM) cannot be overstated. BPM offers a methodological approach to meticulously document, analyze, and optimize the workflows and activities that underpin an organization's operations. It serves as the foundation for identifying inefficiencies, streamlining processes, and fostering innovation, thereby driving enhanced performance and cost-effectiveness. The visualization of processes through BPM facilitates a deeper understanding of how tasks are interconnected, highlighting potential areas for improvement and innovation. The RACI chart plays a complementary role in this context by delineating the roles and responsibilities associated with business processes. This acronym stands for Responsible, Accountable, Consulted, and Informed, each representing a distinct level of involvement and expectation in the task or decision-making process. The 'Responsible' individuals are the doers, the ones who execute the tasks. The 'Accountable' person is the decision-maker, with the authority to approve or veto the actions. Those 'Consulted' provide advice and input, contributing their expertise to inform decisions, while the 'Informed' are kept up-to-date on progress and outcomes. The integration of the RACI chart within BPM is pivotal for several reasons. Firstly, it ensures that every process component has a clearly defined owner and a set of stakeholders who are either directly involved in or affected by the process. This clarity eliminates ambiguities regarding who is to perform what task, who makes the decisions, who needs to offer input, and who should be kept in the loop. Such delineation of roles and responsibilities is instrumental in preventing overlaps and gaps, thereby enhancing operational efficiency and effectiveness.

However, the successful implementation of BPM and the RACI chart requires more than just defining roles and documenting processes. It demands a commitment to clear communication, ongoing monitoring, and continuous improvement. Organizations must ensure that the defined roles and responsibilities are communicated effectively to all stakeholders and that these definitions are revisited and revised as necessary to reflect changes in the organization's structure, strategy, or processes.

In conclusion, the synergy between Business Process Modeling and the RACI chart offers a powerful framework for organizations seeking to optimize their operations. RACI chart is not just about improving individual tasks or processes; it's about fostering a culture of continuous improvement and collaboration that drives overall business success.

References

1. Lee, Woo-yeon, Seung-hoon Lee, Chengquan Jin, and Chang-taek Hyun. 2021. Development of the RACI Model for Processes of the Closure Phase in Construction Programs. *Sustainability* 13, no. 4: 1806. <https://doi.org/10.3390/su13041806>.
2. Suhanda, R., & Pratami, D. (2021, July 31). RACI Matrix Design for Managing Stakeholders in Project Case Study of PT. XYZ. *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 5(02), 122-133. <https://doi.org/https://doi.org/10.25124/ijies.v5i02.134>.

20.6.

Marketing

Chairperson – Olha Pietukhova

Secretary – Olha Leleka

20.6.

Маркетинг

Голова – Ольга Петухова

Секретар – Ольга Лелека

1. Маркетингові інструменти утримання споживачів

Катерина Матієнко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним із ключових факторів, що формують конкурентну перевагу компанії, є її здатність утримувати споживачів. Утримання споживачів є ключовим показником їхньої лояльності.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Маркетингові інструменти утримання споживачів – це стратегії та тактики, які використовують підприємства, аби заохотити існуючих споживачів продовжувати взаємовідносини з компанією. Утримання споживачів означає здатність компанії або продукту утримувати споживачів протягом визначеного періоду часу. Зазвичай економічно вигідніше утримувати існуючих споживачів, аніж залучати нових. Стратегії утримання покупців спрямовані на побудову міцних відносин з ними, підвищення їхньої лояльності та заохочення до повторних покупок. Утримання споживачів безпосередньо впливає на прибутковість. Дослідження Джона Флемінга та Джима Асплунда показує, що лояльні споживачі в 1,7 рази прибутковіші за звичайних споживачів, а лояльні працівники в 3,4 рази прибутковіші за звичайні. Середня вартість замовлення постійних споживачів також вища, на 33%, ніж у нових споживачів. Ймовірність продажу існуючому споживачам становить 60-70%, а ймовірність продажу новому потенційному споживачеві - 5-20% [1]. Частково це пов'язано з тим, що споживачі, які мають триваліші стосунки з компанією, відчують її цінність і готові витратити більше на її продукцію. І навпаки, нового споживача, який не знає, чи сподобається йому товар чи послуга, важче переконати.

Компанії можуть застосовувати різні стратегії задля підвищення рівня утримання споживачів, зокрема: надавати клієнтам послуги найвищого рівня, що важливо для утримання споживачів; швидко відповідати на запитання, вирішувати проблеми та йти назустріч споживачам, аби задовольнити їхні потреби; розвивати міцні відносини, аби задовольнити запити споживачів; використовувати персоналізовану взаємодію (персоналізовані електронні листи, ексклюзивні знижки, подарунки); запроваджувати програми лояльності, винагороджувати споживачів за повторні покупки; інформувати їх про нові продукти, акції та оновлення, які можуть їх зацікавити; акцентувати увагу на кожній точці дотику на шляху споживача задля забезпечення позитивного досвіду (включаючи зручну навігацію на сайті, швидке оформлення замовлення та ефективну підтримку після покупки, адже відмінний клієнтський досвід може суттєво вплинути на утримання споживачів); збирати відгуки споживачів та прислухатися до них, аби зрозуміти потреби клієнтів, їхні вподобання та больові точки.

Висновки. Отже, утримання споживачів – це безперервний процес, який вимагає постійних зусиль і уваги. Впроваджуючи ефективні стратегії та постійно адаптуючись до потреб споживачів, компанії можуть підвищити рівень лояльності та утримання споживачів, і, як наслідок, підвищити прибутковість діяльності.

Література

1. Suphan Nasir. Customer Retention Strategies and Customer Loyalty. USA: Business Science Reference, 2015. P. 244-267.

Керівник - доц. Скригун Н.П.

2. Гендерні стереотипи в рекламі: негативні наслідки та шляхи покращення

Вікторія Грунська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Гендерні стереотипи в рекламі викликають серйозні обговорення та визначають не лише тенденції у спільноті споживачів, а й суспільний погляд на роль чоловіків і жінок. Сучасні дослідження та ініціативи актуалізують питання етичності та впливу рекламних практик на формування гендерних норм та стереотипів.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. У квітні 2016 року Британська Асоціація Реклами (ASA) розпочала проєкт з перевірки використання гендерних стереотипів у рекламі, який включав вивчення рекламних кодексів, аналіз останніх досліджень, законодавчих рамок та саморегулювання на ринках реклами різних країн. Дослідження підкреслює, що гендерні стереотипи в рекламі можуть призводити до серйозних негативних наслідків в реальному житті, включаючи фізичну, психологічну, соціальну та економічну шкоду. Додатково в Україні проведено соціологічне опитування «Сучасне розуміння маскулінності: ставлення чоловіків до гендерних стереотипів і насильства щодо жінок» (2018 р.), в якому взяли участь 1520 чоловіків віком від 18 до 59 років. Результати опитування свідчать про те, що існують серйозні проблеми в уявленнях щодо гендерних ролей та насильства [1]. Кожен десятий опитаний вірить, що жінка повинна терпіти насильство від чоловіка, і майже третина чоловіків визнає використання емоційного чи економічного насильства. Це свідчить про необхідність широкомасштабних заходів для попередження насильства та підтримки жертв. У дослідженні було виявлено, що споживачі реклами вважають прийнятним оголення в рекламі, якщо воно пов'язане з рекламованим продуктом, наприклад, білизна чи купальники.

Однак дослідження також вказує на проблему розглядання жінок в рекламі як пасивних сексуальних об'єктів, тоді як чоловічі образи часто асоціюються з активністю та домінуванням. Це може впливати на ставлення до гендерних ролей і сприяти насильству. Деякі експерти підкреслюють, що репрезентація жінок у рекламі, об'єктивація та еротизація може сприяти розладам у сприйнятті власного тіла і розвитку поблажливого ставлення до сексуальної агресії. Організації акцентують увагу на талантах та досягненнях жінок, вказуючи на необхідність виходу за межі зовнішності та стилю, аби збільшити свідомість про різноманіття жіночої ідентичності в масових медіа.

Висновки. Гендерні стереотипи в рекламі не лише відображають, а й посилюють соціокультурні норми, викликаючи потенційно шкідливий вплив на сприйняття ролей чоловіків та жінок і підтримуючи структурну нерівність. І тому важливо впроваджувати стандарти, які обмежують використання гендерних стереотипів у рекламі, сприяючи створенню більш рівноправного та інклюзивного суспільства.

Література

1. UNFPA Ukraine (2018), Modern Understanding of Masculinity: Men's Attitudes to Gender Stereotypes and Violence against Women, Kyiv.

Керівник - доц. Скризун Н.П.

3. Чинники впливу на рівень лояльності споживачів

Оксана Казімірова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування сегменту лояльних споживачів є одним із важливих напрямів діяльності підприємства. Забезпечення високого рівня лояльності дозволяє втримати споживачів, тому важливо знати чинники впливу на рівень лояльності задля подальшого управління ними.

Методи досліджень. У процесі дослідження використовувалися методи анкетування та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Під лояльністю споживача зазвичай розуміють переважне бажання зробити повторну купівлю визначеного бренду [2]. Механізм повторної купівлі включає у себе комбінацію багатьох складників. Лояльність визначається складною, опосередкованою залежністю від цілої низки чинників. Ці чинники поділяються на визначальні та додаткові.

До визначальних чинників відносять якість, асортимент товарів, ціну та місцерозташування точки продажу. Їх визначають як такі, що формують рівень лояльності покупців. Вони задають емоції і створюють переваги, які в подальшому стають стимулом, заради якого споживач купуватиме товари підприємства. Чіткість розуміння сутності та характеристик товарного асортименту дає змогу компанії ефективно працювати на ринку. Додаткові чинники включають кваліфікацію персоналу, рівень сервісного обслуговування, оригінальні програми лояльності, комплекс маркетингових комунікацій та атмосферу торгового залу.

Метою впровадження програм лояльності є створення та підтримка довгострокових відносин зі споживачем. Програма лояльності споживачів (loyalty programs) - набір дій для стимулювання споживачів, а також зведення до мінімуму витрат, і збільшення кількості продажів. Основним мотивом програм лояльності є надання покупцям матеріальних, емоційних, психологічних вигід [1]. Окрім вказаних чинників, значним чинником впливу на лояльність є імідж підприємства, бренду. Позитивний імідж допомагає залучати нових клієнтів та утримувати існуючих. Наприклад, відвідувач ніколи не купував товар певного бренду, але ефективна маркетингова комунікація, рекомендації знайомих тощо формують бажання здійснити покупку, що надалі може перетворити його на лояльного споживача.

Зазначені чинники напряму залежать від дій підприємства, але існують і зовнішні економічні чинники (дії конкурентів, доходи покупців) та психологічні (мотивація до купівлі, стиль життя). У своїй діяльності підприємствам потрібно зважати на всі умови впливу на рівень лояльності та докладати зусиль на його зростання. Лояльні споживачі потребують мінімальних інвестицій у маркетинг.

Висновки. Лояльність споживачів формується під дією основних та додаткових чинників. Удосконалення цих чинників може підвищити задоволеність і лояльність клієнтів, що призведе до довгострокового успіху підприємства на ринку.

Література

1. Пилипенко О. С. Стратегічні переваги впровадження програм лояльності щодо підвищення рентабельності маркетингових інвестицій вітчизняних підприємств. *Економічний простір*. 2021. №170. С. 43-48

2. Sum Sochenda. The satisfaction of customer and the modeling of loyalty in the industry of fast-food. *International journal of economics, business and accounting research*. 2022. №2. P. 877-900

Керівник - доц. Скригун Н.П.

4. Сутність та роль маркетингової цінової політики

Анастасія Андрущенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Маркетингова цінова політика є важливою складовою комплексу маркетингу, а тому від управління нею залежить прибутковість діяльності підприємства на ринку.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. В цінах концентруються всі основні політичні, економічні та соціальні проблеми розвитку суспільства. Не випадково успіх переходу до повноцінних ринкових відносин більшість фахівців пов'язують з проведенням реформи ціноутворення, створенням нового механізму формування цін і їх державного регулювання. Без гнучкого і дієвого механізму управління цінами не можна уявити собі розвинений ринок [2]. Ціна є найважливішим фінансово-економічної та маркетингової категорією.

Встановлення ціни – одна із важливих задач маркетингу, що безпосередньо впливає на збутову діяльність, оскільки рівень і співвідношення цін на окремі види товарів (особливо субститутів) суттєво впливає на обсяги здійснюваних клієнтами закупівель. Ціни перебувають у тісній взаємозалежності з усіма складовими маркетингу підприємства. Від цін суттєво залежать реальні комерційні результати, а правильна чи помилкова маркетингова цінова політика здійснює довгостроковий вплив на становище компанії у конкурентному середовищі. Цінова політика підприємства – найважливіша частина її загальної господарської політики, що забезпечує адаптацію підприємства до економічних умов [1].

Маркетингова цінова політика – це комплекс заходів, що включає визначення ціни, знижок, умов оплати, які задовольняли б споживачів, давали б змогу підприємству отримувати намічені обсяги прибутку, а також вирішувати інші стратегічні та тактичні завдання. Маркетингова цінова політика є: інструментом конкурентної боротьби; механізмом формування попиту на продукцію підприємства; механізмом одержання прибутку. Залежно від форм реалізації розрізняють пряму й опосередковану маркетингову цінову політику. Пряма маркетингова цінова політика полягає в попередньому розрахунку цін і їхньому подальшому корегуванні залежно від змін ринкової кон'юнктури. Опосередкована маркетингова цінова політика – в опрацюванні системи знижок, умов оплати, поставок, торговельного кредитування тощо.

Висновки. Таким чином, маркетингова цінова політика суттєво впливає на економічне становище всіх суб'єктів господарювання. Ціна є одним з основних параметрів конкурентоспроможності продукції підприємства товаровиробника. Від того, наскільки правильно сформована цінова політика підприємства залежать його конкурентні позиції.

Література

1. Вакуленко Ю.В., Олійник А.С., Чернега В.М. Роль маркетингової стратегії у розвитку аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2019. №21. С. 86-92.
2. Шраменко О.В., Жилина Г.Ф., Задорожна С.М. Критерії та підходи до оцінки стратегії підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. №67. С. 107-114.

Керівник - доц. Скригун Н.П.

5. Програми лояльності в маркетингу: сутність та мета запровадження

Маргарита Москвіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Програми лояльності є важливим маркетинговим інструментом, який використовується протягом тривалого періоду часу. Проте, незважаючи, на його назву, лояльність споживачів не є кінцевою метою чи провідним мотивом запровадження програм.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Аналіз пресрелізів підприємств, які запроваджують програми лояльності для постійних покупців або клієнтів, показав, що ці програми мають різноманітні цілі. Найпоширенішою метою є залучення нових споживачів, але поширенішими результатами, що їх очікують від програм для існуючих клієнтів, є такі: підтримання рівнів продажів та прибутку (утримання споживачів); підвищення лояльності та потенційної цінності існуючих клієнтів; спонукання існуючих клієнтів купувати продукцію підприємства.

Зазвичай ці бажані результати стосуються конкретних цільових сегментів, наприклад, заможних клієнтів або споживачів, які купують продукцію у великому обсягу. Це базується на переконанні, що невеликий відсоток клієнтів забезпечує більшу частину продажів компанії, і аргументується принципом Парето, який стверджує, що зазвичай близько 80% доходу надходить лише від 20% клієнтів. З таким нерівним розподілом на перший погляд здається, що є сенс зосередити більшість маркетингових ресурсів саме на цих 20% споживачів. Однак проблема цього принципу щодо програм лояльності полягає в тому, що «найкращі» 20% не обов'язково є лояльними покупцями, особливо в сенсі ексклюзивної лояльності. Для підприємств, які мають мало інформації про своїх споживачів, додатковою перевагою програми лояльності є те, що її учасники часто самостійно ідентифікують себе під час покупки чи отримання послуг [1]. Членські картки – це швидкий і ефективний спосіб для клієнтів повідомити, що вони заслуговують на особливу увагу і як побічний продукт компанія отримує інформацію, необхідну для дослідження ринку. Однак слід пам'ятати, що така самостійно обрана група навряд чи представлятиме всіх (потенційних) споживачів підприємства. Отже, вони є лише одним із багатьох джерел інформації для дослідження ринку. Усі ці проголошені переваги відкрито обговорюються в публічних оголошеннях. На практиці, однак, рішення про запровадження програми лояльності часто мотивується страхом щодо конкурентного паритету, ніж чимось іншим [2]. Тому вважаємо за необхідне до наведеного вище переліку додати такі тактичні мотиви: спроба диференціювати бренд; перешкодження входженню на ринок нового (паритетного) підприємства; упередження конкурентів від запровадження подібної програми лояльності.

Висновки. Таким чином, утримання та посилення конкурентних переваг є основною причиною впровадження програм лояльності. Вони мають на меті утримати існуючих споживачів та випередити конкурентів.

Література

1. Alshurideh M. et. al. Loyalty program effectiveness: Theoretical reviews and practical proofs. *Uncertain Supply Chain Management*. 2020. Vol. 8. Pp. 599-612.
2. Kim J. J., Steinhoff L., Palmatier R. W. An emerging theory of loyalty program dynamics. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2020. Vol. 49. Pp. 71-95.

Керівник - доц. Скригун Н.П.

6. Можливості і обмеження використання підприємством інтегрованих маркетингових комунікацій

Валентин Попович

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК), будучи стратегією, яка об'єднує різні маркетингові інструменти для створення цілісного, послідовного і ефективного комунікаційного плану, є важливою складовою маркетингу.

Матеріали і методи. У ході дослідження використовувались кабінетні методи: аналіз інформаційних матеріалів, метод аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Маркетинг у XXI столітті вимагає не лише креативності, але і системного підходу до спілкування зі споживачами. У цьому контексті інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) виявляються ключовим інструментом, який дозволяє підприємствам створювати послідовні та ефективні комунікаційні стратегії. Проте, разом із широким спектром можливостей, ІМК несуть у собі і обмеження, які вимагають уважного вивчення та керування [1].

Встановлено, що є такі можливості використання ІМК:

- цілісність та послідовність: ІМК дозволяють підприємствам виходити за рамки окремих маркетингових інструментів і створювати цілісне враження про бренд. Взаємодія різних елементів комунікації допомагає підсилити повідомлення та зберегти послідовність у сприйнятті споживачами;

- мультимедійність: завдяки різноманітним маркетинговим каналам – від соціальних мереж і блогів до традиційних ЗМІ – ІМК створюють можливість для використання різноманітних мультимедійних форматів. Відео, аудіо та графіка разом з текстовою інформацією можуть ефективно доносити повідомлення до аудиторії;

- оптимізація рекламних бюджетів: ІМК дозволяють підприємствам оптимізувати розподіл рекламних витрат, концентруючи їх на найбільш ефективних каналах. Це призводить до підвищення ефективності інвестицій у маркетинг та рекламу.

Обмеження використання ІМК:

- складність впровадження: створення інтегрованих комунікаційних стратегій вимагає великої координації і співпраці між різними відділами підприємства. Це може бути складним завданням для компаній з великою організаційною структурою;

- високі витрати: впровадження ІМК вимагає значних фінансових витрат на розробку та впровадження комплексних комунікаційних стратегій. Для менших підприємств це може стати складною задачею;

- ризик неоднорідності повідомлень: неправильне впровадження ІМК може призвести до неоднорідності повідомлень між різними каналами, що створює ризик сплутаності серед споживачів.

Висновок. Інтегровані маркетингові комунікації відкривають перед підприємствами безліч можливостей для створення сильного бренду та ефективної комунікації з аудиторією. Проте обмеження впровадження ІМК вимагають уважного аналізу та стратегічного управління.

Література

1. Ляшко С. В. Формування інтегрованих комунікацій як основи маркетингових стратегій сучасного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. 58.

Керівник - доц. Скригун Н.П.

7. Розвиток асортименту підприємства у відповідності з «маркетинговою цибулиною» товару

Вікторія Скицько

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. «Маркетингова цибулина» товару є концептуальною моделлю розвитку продукту, яка відображає його етапи еволюції від базової цінності до додаткових фізичних характеристик конкретного виробу чи послуги та потенційних можливостей для майбутнього вдосконалення.

Матеріали і методи. Задля розгляду даної теми були застосовані кабінетні методи дослідження.

Результати і обговорення. У мінливому конкурентному середовищі компанії змушені систематично переглядати та оновлювати свій асортимент, враховуючи потреби споживачів, тенденції ринку та конкурентні переваги. Використання «маркетингової цибулини» може виявити значний вплив на успіх асортиментної політики підприємства. Цей підхід можна розглядати як стратегічний механізм оптимізації асортименту, що базується на аналізі і врахуванні різних рівнів споживчої цінності товару.

В маркетингу розглядають чотири типи характеристик, які формують споживчу цінність товару. Визначення базової цінності асортименту на першому рівні виступає як ключовий етап. Це вимагає детального дослідження основного призначення продуктів та їхньої відповідності конкретним потребам споживачів.

Розвиток фізичних характеристик на другому рівні передбачає постійну оптимізацію якості, дизайну, економічності та інших параметрів, які впливають на споживача.

Розширення характеристик на рівні поширених функцій (третій рівень) означає удосконалення цінової політики, сервісу, гарантій та інших аспектів, що визначають загальне враження від продукту на ринку.

Врахування особистих вподобань споживача на четвертому рівні передбачає детальний аналіз індивідуальних потреб та вибіркового уподобань цільової аудиторії.

За допомогою «маркетингової цибулини» підприємство може гнучко адаптувати свій асортимент, надаючи продукти, які відповідають конкретним потребам та виборам різних груп клієнтів. Ринкова адаптація та інновації визначаються ще одним значним аспектом важливості «маркетингової цибулини» для асортиментної політики підприємства. Секрет полягає у здатності підприємства швидко реагувати на зміни у споживчих уподобаннях, використовуючи дані маркетингових досліджень для розробки нових продуктів та удосконалення існуючих.

Іншим важливим елементом є ефективна маркетингова комунікація. Вона полягає у чіткому донесенні споживачам інформацію про різні рівні цінності продукту, а також в переконливому представленні унікальних переваг асортименту.

Висновки. Цей підхід дозволяє компаніям стратегічно планувати та реалізовувати інноваційні заходи для задоволення змінних вимог споживачів та забезпечення конкурентоспроможності своїх продуктів на ринку. Використання концепції "маркетингової цибулини" сприяє більш глибокому розумінню та інтеграції споживчої цінності у стратегію асортиментної політики підприємства, що відзначається системним підходом та спрямоване на досягнення успіху в конкурентному ринковому середовищі.

Керівник – доц. Белова Т.Г.

8. Маркетингове оцінювання якості асортиментної групи «Шоколад»

Валерія Животок

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Дослідження якості продукції є одним з найважливіших напрямків маркетингових досліджень компаній, що виробляють той чи інший продукт. З одного боку, якість продукції є одним з факторів, що сприяє збільшенню попиту на товар, обсягів його реалізації і прибутку підприємства, з іншого – підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Матеріали і методи. Задля розгляду даної теми були застосовані кабінетні та польові методи дослідження.

Результати і обговорення. Шоколад – це група кондитерських виробів, виготовлених з оброблених какао-бобів (какао-маси, какао-масла) і цукру. При виробництві шоколаду і шоколадних виробів можуть використовуватися ядра горіхів в цілому і молотому вигляді, сухі вершки і сухе молоко, сухофрукти і ягоди та інша сировина.

Стандарт DSTU 3924:2014 містить перелік сировини та харчових добавок з посиланням на загальні технічні вимоги до виробництва шоколаду, зокрема, нормативні документи, де розглядаються смакові, фізико-хімічні та мікробіологічні показники.

Згідно з цим документом, якість шоколаду визначається за його зовнішнім виглядом, формою, смаком і ароматом. Лицьова сторона шоколаду повинна бути блискучою. Посивіння шоколаду і пошкодження зернової маси шкідниками не допускаються.

Форма виробу повинна відповідати запропонованим в нормативних документах, без деформації всіх видів шоколаду, за винятком маси. Смак і запах - це характеристики відповідних виробів, без сторонніх присмаків і запахів. Цей стандарт допускає проникнення дрібних дефектів, шоколадної крихти, бульбашок, бруду, подряпин, рідкої фази начинки і поява фруктів на поверхні, які не псують зовнішню крихту.

Було проведено дослідження та оцінювання якісних характеристик шоколаду торгової марки «АВК» та її конкурентів – ТМ «Світоч» та ТМ «Корона». Оцінювання відбувалося за 3-х бальною шкалою, де 3 бали означають високу якість, а 1 бал – товар низької якості. Досліджувалися органолептичні показники якості (зовнішній вигляд, смак і запах, форма), естетичні (маркування та упакування) та співвідношення «ціна-якість».

Так, органолептичні показники шоколаду фірми «АВК» мають середнє значення 2,8, що більше, ніж у компанії «Світоч», але менші, ніж у ТМ «Корона». Проте, естетичні показники та показники співвідношення «ціна-якість» є слабкою стороною якості шоколаду досліджуваного підприємства, оскільки конкуренти мають більш високі бали у цій категорії (шоколад ТМ «АВК» – 2,70 та 2,75 бали, ТМ «Корона» – 2,92 та 2,88 бали, ТМ «Світоч» – 2,93 та 2,95 бали).

Висновки. Таким чином, шоколад ТМ «Корона» має найкращі оцінки по органолептичних показниках якості, але ТМ «АВК» має кращий показник за зовнішнім виглядом; ТМ «Світоч» – естетичних показниках та співвідношенню «ціна-якість». Шоколад «АВК» має гарні показники, однак не є лідером: естетичні показники у порівнянні з конкурентами є не дуже високими, а показник співвідношення «ціна-якість» значно поступається конкурентам.

Керівник – доц. Бєлова Т.Г.

9. Конкуренти підприємства та їхні цілі

Ілля Сюркель

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкуренція - це невід'ємний аспект сучасного бізнесу, який визначає його розвиток та ефективність. У світі, де економічні відносини стають все більше глобальними, питання конкуренції набувають особливої актуальності. Розуміння природи конкуренції та ідентифікація її різних видів стає ключовим завданням для підприємств та підприємців у пошуках стійкого успіху.

Матеріали і методи. У роботі застосовані методи традиційного та порівняльного аналізу.

Результати і обговорення. Конкуренція – це динамічний процес, за допомогою якого люди отримують та передають знання. Тільки завдяки неї все приховане на ринку стає явним. На сучасному ринку існує дуже багато конкурентів, тому важливо визначити, хто це. Конкуренти – це будь-яке підприємство, яке пропонує споживачу подібний або замінний продукт чи послугу у сфері діяльності, в якій працює і досліджувана компанія.

У підприємства можуть бути прямі та непрямі конкуренти. Прямі – це ті, які продають подібну продукцію, яка розрахована на таку ж цільову аудиторію та для розповсюдження якої застосовуються подібні канали збуту і методи просування. Непрямі – це ті, хто так само працюють з такою ж цільовою аудиторією, але пропонують товари/послуги з іншими характеристиками в іншій ціновій категорії та через інші канали збуту.

Досліджуване підприємство може мати потенційних конкурентів, які не є активними у ринковому середовищі, де функціонує підприємство, але мають всі можливості для входу до нього. Важливо зазначити, що потенційні конкуренти, в порівнянні з прямими та непрямими, є найбільшою загрозою для підприємства, оскільки, як правило, про їхню діяльність на ринку відома дуже обмежена інформація.

Цілі конкурентів грають не останню роль. Вони визначають стратегію компанії та їхню поведінку на ринку. Цілі конкурентів можуть різнитися в залежності від стратегічних пріоритетів підприємства, ринкових умов тощо, але в основному можливо виділити декілька головних. Наприклад, це може бути збільшення ринкової частки компанії. Багато підприємств ставлять собі цю ціль за головну. Це може вимагати вдосконалення продукції, нові маркетингові рішення щодо цінової, збутової та комунікаційної політики. Також деякі компанії визначають як головну ціль розвиток нових ринків. Це можуть бути як нові географічні області, так і новий сегмент споживачів. Або залучення та утримання лояльних клієнтів може бути ключовою ціллю для забезпечення сталого попиту на продукцію або послуги. Відповідно до головної, ставляться основні цілі, які підпорядковані головній. Потім формуються цілі нижчого рівня, які покладені в основу побудови дерева цілей.

Висновки. Конкуренція не є негативним явищем для будь-якого підприємства, а навпаки – це одна з найважливіших та невід'ємних складових діяльності на ринку. Вона не дає йому стояти на місці, змушує постійно розвиватися та адаптуватися до ринкових змін, аби споживач поміж всіх конкурентів обрав продукцію саме досліджуваного підприємства. При цьому конкуренти можуть заощаджувати гроші клієнтів, пропонуючи альтернативу на ринку.

Керівник – доц. Бєлова Т.Г.

10. Обґрунтування можливостей інтенсивного розвитку підприємства

Карина Залевська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасних умовах постійних змін на ринку, технологічного прогресу та конкурентного середовища, питання інтенсивного розвитку підприємств стає ключовим. Компанії активно працюють над визначенням нових можливостей для зростання, пристосування до змін, залучення нових ринків та розвитку товарів.

Матеріали і методи. Дослідження ґрунтуються на використанні матричного методу.

Результати і обговорення. Інтенсивний розвиток є необхідним для підприємства ТОВ «Арахісова паста Том», оскільки компанія вважається новою на українському харчовому ринку. За основу аналізу можливостей росту компанії взято матрицю І. Ансоффа «Розвиток товару/ринку». Вона передбачає аналіз глибшого проникнення на ринок, розширення меж ринку, аналіз розвитку товару та диверсифікацію.

Аналіз глибшого проникнення на ринок здійснюється з існуючим товаром на наявному ринку. Компанії ТОВ "Арахісова паста Том" потрібно застосувати цю стратегію для привернення уваги більшого кола споживачів та збільшення обсягів продажу. Щоб застосувати цю стратегію, компанії необхідно використовувати такі заходи: впроваджувати методи мерчандайзингу, стати спонсорами всеукраїнських спортивних змагань «Сильні Українці», здійснювати маркетингові рекламні кампанії, організовувати проведення акцій та пропозицій із знижками.

Розширення меж ринку має на меті розповсюджувати існуючий товар на новому ринку. Проаналізувавши результати діяльності компанії, можемо зробити висновок, що бізнес працює лише на двох ринках: Київ та Львів. Тому необхідно залучити нові ринки збуту шляхом відкриття нових фірмових магазинів, розміщенням продукції для продажу у бізнес-центрах та торговельно-розважальних центрах, у фітнес-клубах, встановлення вендингових автоматів на території виставок та ярмарок тощо.

Інтенсивний напрямок щодо розвитку товару передбачає розроблення нових товарів, підвищення інноваційної активності підприємства, вдосконалення діючих характеристик товару тощо. Ця стратегія для компанії ТОВ "Арахісова паста Том" потребує сфокусуватися на розширенні лінійки продуктів, підвищенні якості виробництва та випуску нових продуктів на існуючий ринок. Наприклад для компанії можна запропонувати додати до асортименту нову лінійку батончиків, що містять смачну суміш арахісової пасти, насіння чіа та шматочки чорного шоколаду; виготовити для швидких поживних перекусів невеликі енергетичні кульки, що поєднують арахісову пасту з такими поживними інгредієнтами, як овес, мед і насіння чіа; впровадити новий продукт «Суміш для млинців з арахісовим смаком», за допомогою якого можна швидко приготувати млинці для усієї сім'ї.

Диверсифікація є стратегічним кроком для розширення бізнесу. Компанії "Арахісова паста Том" можна запропонувати запровадити виробництво косметичної продукції «Омолоджуюча маска з екстрактами арахісу», створити медичні гелі та креми для полегшення болю чи лікування шкіряних проблем «Арахісове оздоровлення».

Висновки. Матриця І. Ансоффа «Розвиток товару/ринку» дозволяє компанії розширити ринкові можливості, мінімізувати ризики, підвищити конкурентоспроможність та стимулювати впровадження інновацій.

Керівник – доц. Крайнюченко О.Ф.

11. Напрямки підвищення привабливості ринкових сегментів

Антон Пархомов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Виходячи зі своїм продуктом на будь-який ринок, виробник повинен розуміти, що ринок постійно змінюється, а з ним і потреби споживачів. Щоб їх розуміти краще, компанії вдаються до сегментування споживачів. Це дозволяє виділити сегменти споживачів, які більше налаштовані на продукцію підприємства. Також ресурси компанії спрямовуються на ті групи споживачів, які найбільше цікавляться продуктом або послугою, оптимізуючи витрати та збільшуючи ефективність маркетингових кампаній. Сегментація ринку дозволяє виокремити ринкові сегменти з тим, щоб потім відібрати найпривабливіші з них.

Матеріали і методи. Аналіз результатів дослідження ґрунтується на методах експертних оцінок.

Результати і обговорення. Для сегментування споживачів були визначені питання, складена анкета та проведено опитування. Оскільки ознак сегментування існує багато, потрібно вибрати такі, які відповідають меті дослідження. Сегментування можна проводити за однією ознакою, але таке дослідження не буде повним. Тому, як правило, ознаки комбінують, щоб досягти максимального результату. Найчастіше споживачів сегментують за такими ознаками: ступенем лояльності до торгової марки, джерелом інформації про товар, пошуком вигоди, ступенем адаптації споживачів до нового товару, стилем життя, асортиментними групами, рівнем доходу, місцем купівлі, віком тощо. Після проведення сегментування та аналізу отриманої інформації, необхідно здійснити вибір найпривабливіших сегментів. Для цього необхідно скористатися досвідом експертів з числа досвідчених робітників компанії та спеціалістів маркетингового відділу. Вони визначають критерії привабливості сегментів та важливість для підприємства кожного з них. Також експерти оцінюють стан критерію на рівні підприємства. Добуток цих двох показників дають величину оцінки привабливості сегменту. Найбільша оцінка відповідає більшому рівню привабливості. Підприємство повинно завжди орієнтуватися на ті привабливі сегменти, які були обрані.

На основі отриманої інформації формуються напрямки підвищення привабливості ринкових сегментів, серед яких можна назвати такі: підвищення лояльності споживачів до товарів підприємства, вдосконалення якісних характеристик товару, покращення репутації компанії та бренду (наприклад, активна участь у благодійних заходах, у програмі соціальної відповідальності та захисту довкілля), проведення активної інноваційної діяльності та створення нових товарів або асортиментної лінійки, розширення місць купівлі товарів підприємства, створення пакетних пропозицій, де кілька товарів пропонуються разом зі знижкою, створюючи більшу цінність для споживача тощо.

Висновки. Сегментування споживачів відіграє ключову роль у створенні успішних маркетингових стратегій, дозволяючи підприємствам більш точно визначати, розуміти та задовольняти потреби своїх клієнтів. Воно сприяє поділенню своїх споживачів на групи та задоволенню їхніх побажань. Це допомагає компанії в конкурентній боротьбі, показуючи майбутнім клієнтам, що вона розуміє своїх споживачів і завчасно реагує на зміни у ринкових сегментах та покращує характеристики свого товару.

Керівник – доц. Крайнюченко О.Ф.

12. Етапи вибору характеристик змінних при проведенні позиціювання

Євгенія Штефан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Позиціювання є одним із найважливіших етапів маркетингової діяльності. Воно передбачає створення у свідомості цільової аудиторії чіткого представлення про товар чи послугу, що дозволяє підприємству виділитися серед конкурентів. Для того, щоб позиціювання було ефективним, необхідно правильно вибрати та оцінити характеристики змінних, які будуть використані для створення позиційного образу.

Матеріали і методи. Задля розгляду даної теми були застосовані кабінетні методи дослідження.

Результати і обговорення. Позиціювання на ринку є стратегічним інструментом, спрямованим на створення унікального та конкурентоспроможного образу компанії у свідомості споживачів. Однак вибір та оцінювання характеристик змінних у цьому процесі вимагає ретельного аналізу та стратегічного підходу.

Визначення змінних є першим і важливим етапом у стратегії позиціювання. На цьому етапі проводиться аналіз ключових факторів, що визначають сприйняття товару чи послуги споживачами. Серед них можуть бути такі показники: якість продукту, співвідношення «ціна-якість», визнаність бренду, ставлення до інновацій, якість обслуговування клієнтів, доступність продукції в торговельній мережі тощо. Глибокий аналіз цих змінних становить фундамент для подальшого визначення стратегії позиціювання. Правильний вибір змінних робить процес позиціювання дієвим інструментом визначення місця компанії та її продукції серед конкурентів.

Наступним важливим етапом у стратегії позиціонування є сегментація ринку. Це дозволяє виокремити ключові характеристики, які можуть бути важливими для конкретної аудиторії, молоді споживачі можуть приділяти більше уваги інноваціям, тоді як більш старші клієнти можуть керуватися якістю та довірою до бренду.

Третім етапом є вибір стратегії позиціювання, що вимагає системного підходу зі збору та аналізу даних та глибокого розуміння потреб цільової аудиторії. На основі цих даних формується стратегія, яка може бути спрямована на високу якість продукту, конкурентоспроможні ціни, унікальність або екологічність. Важливо розглянути альтернативи, враховуючи їхні ризики та переваги, для вибору найбільш ефективного підходу. Обрана стратегія повинна чітко відображатися в комунікації бренду, охоплюючи рекламу, упаковку, інтернет-присутність та інші маркетингові інструменти.

Наступним етапом є оцінка конкурентів. Це необхідно зробити, щоб зрозуміти, як конкуренти позиціонують свої товари/послуги на ринку. Це допоможе визначити, які характеристики вже використовуються на ринку та яким чином можна виділитися.

П'ятим етапом є адаптація стратегії в часі. Позиціонування повинно бути гнучким та адаптивним. Зміни в ринковому середовищі, технологічний прогрес або зміни в смаках споживачів можуть вимагати перегляду та апдейту стратегії позиціювання.

Висновки. Вибір характеристик змінних є ключовим етапом у процесі позиціювання. Ретельний аналіз дозволяє підприємствам визначити свій унікальний образ та ефективно конкурувати на ринку. Глибокий розгляд змінних допомагає підприємствам створити стратегію, яка відповідає потребам споживачів та забезпечує стабільність та успіх на ринку.

Керівник – доц. Крайнюченко О.Ф.

13. Аналіз та оптимізація рекламної стратегії інтернет-магазину жіночого одягу і аксесуарів «Marble Clo»

Аліна Мазур

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному бізнес-середовищі ефективна рекламна стратегія відіграє ключову роль у просуванні продуктів та забезпеченні конкурентоспроможності компанії.

Матеріали та методи. Для дослідження рекламної стратегії бренду використовувались наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція та дедукція. Матеріалами дослідження слугували публікації практиків в сфері контент-маркетингу та реклами, а також сторінки бренду «Marble Clo» у соціальних мережах.

Результати і обговорення. Бренд «Marble Clo» використовує digital стратегію за допомогою таргетингу. У відео рекламі показуються переваги продукту бренду: одяг виражає жіночність, естетичність, охайність [1]. Також «Marble Clo» застосовує масову стратегію за розміром цільової аудиторії. За періодичністю розміщення – це постійне, флайтове та сезонне [1, 2]. Наприклад, перед запуском аксесуару бігуді, Марта (власниця бренду) у своєму блозі протягом трьох місяців демонструвала гарну укладку волосся за допомогою бігудів, що підвищувало зацікавленість потенційних клієнтів. Після запуску цієї продукції в магазині, попит на даний аксесуар зріс так, що не встигали виробляти цей продукт. Також при запуску патріотичних світшотів була запущена інтенсивна реклама у блогерів та в кафе-барі «Marble bar»: одяг був на вішаках при вході в заклад, що привертало до нього увагу. Інтернет-магазин «Marble Clo», як масовий бренд, використовує постійне розміщення рекламних матеріалів для забезпечення присутності на ринку та підтримки своєї впізнаваності серед аудиторії. Однак, для досягнення більшої ефективності та оптимізації інвестицій в рекламу, можливе застосування інших стратегій за періодичністю. Сезонні кампанії, які зосереджені на піках сезонного попиту, є корисним доповненням до постійної рекламної стратегії «Marble Clo». Наприклад, акції та рекламні кампанії, спрямовані на продаж літніх суконь або патріотичних світшотів у певний період часу, значно підвищили обсяги продажів та стимулювали інтерес споживачів. Крім того, варто розглянути збільшення застосування флайтового розміщення рекламних матеріалів. Запуск нових колекцій або продуктів має супроводжуватись інтенсивною рекламною кампанією, яка поступово буде зменшуватись після пікового періоду, але залишатиметься достатньою для підтримання інтересу аудиторії.

Висновки. Загалом рекламна стратегія бренду сформована належним чином. Резервом удосконалення її реалізації є додаткове флайтове та сезонне розміщення рекламних матеріалів, що сприятиме популяризації бренду на ринку.

Література

1. Marble Clo. Офіційна сторінка інтернет-магазину в Instagram. URL: https://www.instagram.com/marble_clo/
2. Кедіс П. Головні типи рекламних стратегій. Newage.agency. Блог. 2022. URL: <http://surl.li/qtrqq>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

14. Концепція близькості бренду ритейлера до клієнта на прикладі мережі «Вина світу»

Аліна Сагач, Анастасія Матвєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Концепція близькості ритейлера до клієнта в сучасному бізнесі відіграє ключову роль у побудові успішних відносин із споживачами. Ця концепція базується на ідеї того, що ритейлер повинен бути близьким до кінцевого споживача.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є Інтернет-ресурси та власний досвід. Використовувались методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати і обговорення. Вина світу – всеукраїнська мережа фірмових магазинів, яка займається імпортуванням алкогольних напоїв з усього світу. Розглядаючи концептуальну близькість до клієнта, можна виділити ексклюзивність та унікальність, адже в даних фірмових магазинах є ексклюзивні вина, яких немає в інших торгових мережах. Також пропонується різноманіття смакових вподобань: наявні як класичні вина, так і вина зі специфічних сортів винограду для тих, хто полюбляє експериментувати. До концептуального напрямку можна включити відповідальне ставлення до якості продукції, адже вся продукція проходить контроль якості та сертифікацію, а магазини мають ліцензії на продаж алкоголю. Аналізуючи асортиментну близькість, можемо сказати, що магазин пропонує великий вибір вин з різних країн та регіонів, що відображає багатство традицій та смаків, асортимент налічує понад 5000 позицій [1]. Окрім того, пропонуються гарячі напої, кондитерські вироби та інші продукти з різних куточків світу, наприклад, кава з Італії та Австрії, чай зі Шрі-Ланки, цукерки, шоколад, східні солодощі, оливки, сири та інше. Щодо атмосферної близькості, в інтер'єрі та екстер'єрі використані поєднання дерева та червоного кольору, які створюють теплу та затишну атмосферу. Червоний колір є символічним для винограду, це може підкреслити зв'язок з основним продуктом магазину – вином. Також елегантний червоний колір гармонійно поєднується з природньою теплою та текстурою дерева. Кожного сезону або ж на свята магазин створює тематичні міні виставки вин. Географічна близькість не повною мірою відповідає концепції близькості до клієнта, оскільки магазини зосереджені в одному районі міста, віддалені від метро та не мають зручного паркінгу. Сервісна близькість також потребує деякого удосконалення щодо офлайн консультацій та оновлення інформації на сайті. Крім того, ритейл має обмежений час та географію доставки: з дев'ятнадцяти міст, в яких представлена мережа, тільки в п'ятих містах можливо замовити доставку [1]. Ритейл повністю дотримується часової близькості: враховуючи і зручність для клієнта, і часові обмеження щодо продажу алкоголю. Цінова близькість загалом дотримується ритейлером, адже цільова аудиторія магазину готова платити більше за унікальність продукції та імідж бренду.

Висновки. Ритейлер загалом дотримується концепції близькості до клієнта. Втім є резерви щодо удосконалення діяльності, зокрема в сфері сервісної та географічної близькості. Можливе також проведення акцій із гарантованою вигодою для клієнта.

Література.

1. Торговий дім «Вина світу». *Офіційний сайт*. URL: <http://surl.li/quuqgp>.
2. Вина світу. Київ. *Офіційна сторінка бренду у Instagram*. URL: <http://surl.li/quurx>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

15. Сучасні маркетингові тенденції в корейських ресторанах

Карина Залевська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Впровадження маркетингових трендів в корейських ресторанах стають ключовим чинником їх конкурентоспроможності. Аналіз цих трендів відкриває нові можливості для розвитку гастрономічного бізнесу та задоволення очікувань клієнтів.

Матеріали і методи. Матеріали дослідження включають дані про корейські ресторани, зібрані з веб-ресурсів, соціальних медіа та власного досвіду. Методи дослідження: узагальнення, аналізу та синтезу, індукції і дедукції.

Результати і обговорення. З величезним зростанням цікавості до культури та кулінарії Кореї, корейські ресторани стають не лише місцем для задоволення гастрономічних пристрастей, але й об'єктом дослідження в контексті сучасних маркетингових тенденцій. За останні роки спостерігається стрімке зростання їхньої популярності як серед місцевих мешканців, так і серед туристів. Вступивши у світ конкуренції, ресторани шукають нові способи привернення та утримання клієнтів, вдосконалення сервісу та підвищення конкурентоспроможності.

Перший прийом, який вони використовують для ресторанного бізнесу, полягає в поєднанні традиційних корейських смаків з міжнародними кухнями, що втілюється у створенні інноваційних страв у стилі ф'южн. Наприклад, ресторани, такі як "Mingles" у місті Сеул, використовують корейські інгредієнти та технології, поєднані з європейськими кулінарними традиціями, з метою запропонувати аудиторії абсолютно унікальні страви [3].

Ще однією характеристикою культури кав'ярень в Кореї є підвищений попит на інноваційні десерти та напої. Кав'ярні, такі як "Café Onion" у Сеулі, відзначаються своєрідним поєднанням мінімалістичного дизайну, та творчих десертних рішень, серед яких особливе місце посідають ремісничі торти та тістечка [1].

Деякі ресторани в Кореї відзначають збільшення попиту на спеціалізовані дієтичні страви, що обумовлене зростанням обізнаності про здоров'я та здоровий спосіб життя. Ресторани, такі як "Безглютенова кухня", стають популярними завдяки своєму асортименту безглютенових страв, веганських альтернатив та страв для алергіків, що сприяє доступності та різноманітності харчових можливостей для різних груп споживачів.

Спостерігається зростання популярності корейських ресторанів не лише в Кореї, а й у різних країнах світу, включаючи Україну. Нещодавно відкритий у Києві ресторан корейської кухні "Kim Kimchi" свідчить про зростаючий інтерес української аудиторії до культури, та кулінарії Південної Кореї [2].

Висновки. Маркетингові тренди в корейських ресторанах відкривають широкі можливості для створення унікального бренду. Результати досліджень підкреслюють важливість інноваційних підходів у просуванні та розвитку гастрономічного бізнесу.

Література.

1. Cafe Onion. *Official Instagram page*. URL: <http://surl.li/qwnda>.
2. Kim Kimchi Korean BBQ. Київ. *Офіційний сайт*. URL: <http://surl.li/qwnei>.
3. Restaurant Mingles. *Official site*. URL: <http://www.restaurant-mingles.com/v3/>.

Керівник – доц. Ткачук С.В.

16. Івент-маркетинг як інструмент підвищення лояльності споживачів

Віра Кучерина

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Івенти – це вид офлайн та онлайн-комунікації, яку застосовують бренди, щоб якісніше і ближче познайомитися зі своїми споживачами, здобути їхню лояльність. Вивчення лояльності має велике значення для підприємств, адже передбачає визначення способів збереження клієнтів, забезпечення повторних покупок, зниження витрат на маркетинг, отримання конкурентних переваг.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є офіційна інформація з інтернет-ресурсів. Використано методи теоретичного та практичного узагальнення.

Результати. Івент-маркетинг вийшов на значно вищий рівень за останні кілька років і став одним із найдієвіших інструментів реклами та піару. Івент-маркетинг наразі розвивається у двох напрямках онлайн та офлайн. Для просування брендів краще обирати офлайн-формат, адже це дає можливість людині отримати фізичний контакт із продукцією підприємства та відчути емоції від тестування чи дегустації товарів. Для сфери послуг, які не мають фізичного контакту зі споживачем (в більшості освітні (навчальні) семінари, конференції та консультації), можна проводити онлайн-івенти. При проведенні онлайн-заходів варто враховувати, що утримувати увагу людей онлайн важче, адже відсутній фізичний контакт, та при врахуванні усіх чинників для залучення уваги, можна досягнути залучення аудиторії до закінчення заходу [1].

Івент-маркетинг – це потужний комунікаційний інструмент формування та підвищення лояльності споживачів до брендів. Лояльність – це емоції, вибір споживача в бік обраного підприємства, закладу чи бренду. Івент-маркетинг якраз будується на створенні емоційних зв'язків між споживачем і брендом [2].

В ході дослідження ринку кондитерських виробів з'ясовано, що підприємства надають перевагу дегустаційним та благодійним заходам, майстер-класам, конкурсам та акціям, а також спонсорству на різних івентах. Дегустаційні заходи, конкурси та акції більше знайомлять із продукцією підприємства. Майстер-класи занурюють в атмосферу та цінності бренду. Події дарують емоції, споживач отримує спогад, який стає частиною його життя. Спонсорство і благодійність творять позитивний імідж бренду та одночасно знайомлять із харчовими продуктами. Якщо під час заходу презентація бренду викликала захоплення у відвідувачів і вони отримали позитивні емоції, то велика ймовірність, що учасники повернуться до цього бренду з часом, як споживачі. Емоційний ефект та позитивні враження відвідувачів – важливі результати правильно організованого заходу, що впливають на формування та підвищення лояльності споживачів до брендів.

Висновки. Івент-маркетинг – чудовий інструмент для того, щоб налагодити емоційний зв'язок з цільовою аудиторією. Він допомагає бренду зустрітися зі споживачем, познайомитися з ним ближче і дати йому можливість стати частинкою бренду. Емоційний зв'язок з брендом перетворює споживача в лояльного клієнта, який в подальшому стає прихильником бренду.

Література.

1.Капінус Л.В. Івент-маркетинг на онлайн-ринку як інструмент впливу на поведінку споживачів. *Економічний простір*. 2022. (180), 128-133. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/180-20>

2.Чердніченко А. Навіщо брендам робити івенти. 2019. URL: <https://bazilik.media/navishcho-brendam-robyty-iventy/> (дата звернення 20.02.2024)

Керівник – к.е.н., доц. Капінус Л.В.

17. Маркетингова політика мережі роздрібних магазинів «Червоний Маркет»

Вадим Барвінок, Дмитро Слюсаренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. «Червоний Маркет» є визнаною провідною роздрібною мережею в Україні, що спеціалізується на товарах для побуту. Ритейлер покриває потреби типової середньої української родини.

Матеріали і методи. Для проведення аналізу були використані Інтернет-ресурси та власний досвід. Застосовувались методи аналізу, синтезу, узагальнення та системного підходу для комплексної оцінки маркетингових стратегій мережі «Червоний Маркет».

Результати і обговорення. Неймінг та стилістика мережі магазинів вдало відображає її характер, який спрямований на створення асоціації з доступністю та довірою. Відтінки червоного кольору, що присутні у дизайні та візуальному стилі мережі, не тільки привертають увагу, але й створюють атмосферу палкої енергії та динаміки.

Стратегії маркетингу та просування. Компанія приділяє велику увагу рекламній діяльності та конкурентним позиціям. «Червоний маркет» використовує програми лояльності, знижки та спеціальні пропозиції для постійних клієнтів [2]. Регулярно проводяться конкурси на спеціально відведених майданчиках біля магазинів мережі, надаючи клієнтам можливість виграти призи. Цей підхід не тільки залучає спільноту, але й приваблює більше клієнтів до їхніх магазинів. Магазини «Червоний Маркет», зазвичай, розташовані в спальних районах та поблизу метро з високим об'ємом трафіку. Стратегія відкриття магазинів, спрямована на економію, спричиняє їх розміщення не завжди в привабливих приміщеннях, що негативно впливає на загальний імідж бренду.

Товарна та цінова політика. При дотриманні політики низьких цін на товари, часто можна відмітити їх низьку якість, а часом, в магазині з'являються товари, що можуть вводити в оману споживачів своєю схожістю з оригінальними товарами дорогих брендів.

Операційне розширення. «Червоний Маркет» знаходиться у фазі розширення, шукаючи нові локації для оренди для розширення своєї мережі. Ця стратегія розширення вказує на їхні амбіції охопити більшу географію клієнтів по всій Україні.

Сервіс є важливою складовою успіху мережі. Для оптимальної роботи мережі «Червоний маркет» надає сервіс, який забезпечує швидкість, але слід зробити акцент на якості, ефективності обслуговуванні та забезпеченні позитивної атмосфери в магазинах. Нагороди та визнання: у 2021 році «Червоний Маркет» отримав нагороду «Ритейлер року» в сегменті DOLLAR STORE на RAU Awards, що свідчить про його популярність та успіх у секторі роздрібної торгівлі [1].

Висновки. «Червоний Маркет» загалом успішно використовує комплекс маркетингових стратегій для приваблення клієнтів. Успіх полягає в ефективному ціноутворенні та вдалому місці розташування. Втім є резерви до покращання сервісу.

Література.

1. Маранчак М. RAU Awards 2021: кращі ритейлери, ТРЦ та інтернет-магазини України. *Rau.ua. Новини*. URL: <http://surl.li/qviay>
2. Червоний маркет. *Офіційний сайт*. URL: <https://chervonyi.com.ua/>.

Керівник – доц. Ткачук С.В.

18. Вплив соціальних мереж на просування брендів

Анна Мельник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасна конкуренція між брендами є досить жорсткою, і просування у соціальних мережах стає все більш стратегічно важливим для успішного маркетингу. Соціальні мережі стають головними платформами для взаємодії з аудиторією, що відкриває широкі можливості для побудови довіри, залучення нових клієнтів та підвищення обізнаності про бренд.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження стали напрацювання зарубіжних та вітчизняних вчених. Для проведення досліджень використано кабінетні методи, методи аналізу та узагальнення.

Результати і обговорення. Вплив соціальних мереж на просування брендів базується на активній взаємодії з аудиторією, що сприяє збудуванню підтримки та залученню нових клієнтів. Важливою частиною цієї взаємодії є створення особистих зв'язків, які підвищують довіру та впізнаваність бренду. Цільове спрямування рекламних повідомлень на відповідну аудиторію, застосування аналітичних інструментів для точного налаштування якісного таргетингу допомагає досягти більшої уваги та взаємодії з потенційними клієнтами. Різноманітність форматів контенту, таких як тексти, зображення та відео, дозволяють брендам досягти більшого охоплення та взаємодії з різними сегментами аудиторії. Використання рекламних кампаній в соціальних мережах сприяє підвищенню обізнаності бренду, залученню нових клієнтів та збільшенню продажів. Застосування аналітичних інструментів дозволяє вчасно виявляти тенденції та вдосконалювати комунікацію з аудиторією, а також адаптувати стратегії просування до змін у поведінці аудиторії.

Дослідження показують, що споживачі сприймають бренди, які присутні в соціальних мережах, більш позитивно та активно порівняно з тими, які відсутні в них.

Для ефективного використання цього каналу комунікації рекомендується враховувати наступні моменти:

- Публікування цікавого та високоякісного контенту, який відповідає інтересам цільової аудиторії, є ключем до привертання уваги та залучення споживачів до бренду.
- Активна взаємодія з аудиторією через відповіді на коментарі, організацію конкурсів та опитувань є важливою для побудови довіри та залучення нових клієнтів.
- Використання аналітичних інструментів для постійного моніторингу ефективності та адаптації стратегій просування допоможе досягти кращих результатів у спілкуванні з аудиторією.
- Точне таргетування рекламних повідомлень максимізує ефективність рекламної кампанії.

Висновки. Присутність у соціальних мережах виявляється ключовою для просування брендів, сприяючи збільшенню взаємодії з аудиторією та підвищенню рівня довіри. Рекомендується активно використовувати цей канал для розвитку бренду, забезпечуючи якісний контент та взаємодію зі споживачами, щоб здобути конкурентну перевагу на ринку.

Керівник – доц. Крайнюченко О.Ф.

19. Аналіз рекламної стратегії бренду «Pandora»

Владислава Нізовських

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Побудова рекламної стратегії – це комплексний процес, що включає в себе визначення цільової аудиторії, аналіз ринку та конкурентів, і багато іншого. Поєднуючи все це, можна побудувати успішну рекламну стратегію.

Матеріали і методи. У ході дослідження використовувались методи спостереження, аналізу, порівняння, систематизації та логічного узагальнення отриманих даних. Матеріалами дослідження слугували Інтернет-ресурси.

Результати і обговорення. Успішне формування рекламної стратегії дозволяє підвищити рівень продажів, загальної впізнаваності, створити унікальний імідж бренду та асоціації з ним. Основними складовими рекламної стратегії Pandora є:

1. Розроблення історії, яка йде за брендом: Pandora це про те, що кожна прикраса несе в собі сенс та історію, і кожен може обрати ту, яка йому до душі.
2. Унікальність: бренд транслює те, що будь яка прикраса може стати унікальною, бо споживач може сам створити її.
3. Самовираження: можливість показати свій стиль за допомогою прикрас Pandora.

У своїх повідомленнях в каналах комунікації, зазвичай це соціальні мережі та зовнішня реклама, бренд несе меседжі про унікальність та можливість створити свою історію саме за допомогою прикрас Pandora. Також одним із важливих стратегічних елементів бренду є його ціна, адже вона не є завищеною, що виділяється серед конкурентів (Tiffany, Swarovski) і привертає увагу більшості споживачів. Бо доступна ціна відкриває купівельну спроможність, а чим більше буде продажів, тим більшим буде зростання компанії [1]. Крім того, Pandora підвищує увагу до себе новим напрямом у загальній стратегії, а саме екологічним. Бренд починає виготовляти свої прикраси з перероблених металів, що є вигідним ходом для бізнесу. Зараз більшість споживачів стають свідомими і розуміють екологічну ситуацію в світі, тому віддають перевагу купівлі екологічного товару. А такий хід від Pandora розширює їхню цільову аудиторію [2]. Існуючу стратегію бренду Pandora можна удосконалити, використовуючи різні методи, зокрема аналіз цільової аудиторії, створення особливості, розроблення цінного меседжу, а також постійне покращення і введення нових елементів в стратегію. Такими елементами можуть стати створення чоловічої колекції, а також розширення каналів комунікації, а саме використовувати нові канали комунікації, такі як TikTok та Pinterest, створити більш активну присутність в соціальних мережах, співпрацювати з мікроінфлюенсерами.

Висновки. Таким чином, розроблення рекламної стратегії дуже важливе для кожного бренду, головне розуміти, яка саме стратегія буде доцільною та приверне більше споживачів.

Література

1. Helen Reid. Jeweller Pandora sees 'healthy' sales so far this year. *Reuters. Retail & Consumer*. 2024. URL: <http://surl.li/rarzp>
2. Elizabeth Paton. The world's biggest jeweler now only sources recycled metals. *New York Times*. 2024. URL: <http://surl.li/rasas>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

20. Аналіз затребуваних видів доставки онлайн-замовлень продуктів харчування по Україні

Назарій Навроцький

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Онлайн-замовлення, доставка готової їжі та продуктів із супермаркетів стали буденним явищем серед українців, звиклих до того, що бажаний смаколик можна замовити в два кліки через смартфон чи ноутбук, не виходячи з будинку.

Методи досліджень. У роботі використовуються такі методи: спостереження, рейтинг, контент-аналіз.

Результати і обговорення. Кур'єрські служби щодня спрощують життя українців та доставляють тисячі замовлень до будинків та офісів по всій країні, за виключенням тимчасово окупованих територій.

Наразі серед користувачів за відсотком кількості замовлень з шаленим відривом лідує планова кур'єрська доставка, показник якої у 2023 році сягає 95,29%. Щоправда, минулого року частка була дещо нижча — 94,88%. На другому місці за популярністю доставка замовлень через Нова пошта — наразі показник становить 2,74%, а в 2022 році був 3,12%. Найменша частка припадає на послугу drive — самовивіз замовлень із супермаркетів, доля якої складає 1,97% від всіх замовлень клієнтів через платформу Zakaz.ua.

Середній чек продуктового кошика серед b2c клієнтів сервісу наразі становить 2191 грн, а серед b2b-клієнтів — 3409 грн. Це в середньому на 13% вище від довоєнного періоду. Однак варто враховувати, що підвищення розміру чеку відбулося не тому, що люди стали купувати більше, а внаслідок інфляції та зростання цін на товари через війну в країні

Послуга планової доставки замовлень кур'єрами компанії займає лідерську позицію, адже дає можливість максимально легко без зайвих зусиль отримати необхідні продукти та товари у зручний для замовника час та у потрібному місці. Наразі кур'єрська доставка до дверей доступна практично в усіх великих містах України та у їх передмісті в радіусі 30 км, а саме: у Києві, Харкові, Одесі, Львові, Івано-Франківську, Чернівцях, Дніпрі, Запоріжжі, Житомирі, Рівне, Кривому Розі, Вінниці та Полтаві. Доставляють замовлення, як правило, у більшості міст з 10:00 до 22:00, проте в деяких регіонах час роботи може бути коротший через комендантську годину у зв'язку з воєнним станом в країні.

В Україні найбільший попит на доставку замовлень через Нова пошта спостерігається серед мешканців наступних областей: Київська (частка 27,87%), Житомирська (11,12%), Харківська (10,29%), Одеська (8,14%) та Полтавська (5,96%). Найменше було доставлено замовлень користувачам у Херсонську, Закарпатську та Рівненську області, де ця частка не сягає й 1%.

За аналітичними даними, в Україні у трійці лідерів за популярністю послуги самовивозу в 2023 році є Київська (частка 65,18%), Житомирська (7,05%) та Дніпропетровська (6,81%) області. Десятки тисяч мешканців саме цих регіонів найчастіше віддають перевагу самостійно забрати вже спаковане замовлення в точці видачі або на паркінгу в супермаркеті. Пік найбільшої кількості видачі здебільшого припадає на вечірній час з 16:00 до 20:00.

Висновок. Відповідно до результатів досліджень та контент-аналізу можна зробити висновок, що наразі є досить попит різні види доставок онлайн-замовлень, хоча кожен регіон сприймає вид доставки по-різному.

Керівник – ст. викл. Ніколаєнко І.В.

21. PR як засіб самопрезентації: вплив стратегій комунікації на формування публічного іміджу

Аліна Мазур

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі, де конкуренція на ринку праці та у соціальній сфері надзвичайно висока, ефективна самопрезентація виявляється ключовою для досягнення успіху та позиціонування себе в суспільстві. Піар, як стратегічний інструмент комунікації, відіграє значну роль у формуванні публічного іміджу особистості.

Матеріали і методи. Для досягнення мети тези було використано комбінацію кількох методів дослідження, включаючи аналіз наукової літератури з піару та самопрезентації, інтерв'ю з фахівцями у галузі комунікацій, а також аналіз прикладів успішної та неуспішної самопрезентації через піар у різних сферах життя.

Результати і обговорення. Дослідження підтвердили, що успішна самопрезентація через піар базується на адаптації комунікаційних стратегій. Виявлено, що вирішальну роль відіграє якість взаємодії з аудиторією, що вимагає від піар-професіоналів глибокого розуміння цільової групи та ефективного використання каналів комунікації, включаючи соціальні медіа та інтернет-ресурси. Також PR може бути використаний як інструмент для побудови автентичного іміджу, що базується на власних цінностях, місії та унікальних рисах особистості або організації. Успішна самопрезентація передбачає також використання інноваційних підходів до комунікації, які здатні привернути увагу аудиторії та створити позитивне сприйняття. Один із прикладів вдалої самопрезентації за допомогою PR – це стратегія особистого брендингу успішного підприємця Річарда Бренсона. Він використовує соціальні медіа, такі як X (Twitter) та LinkedIn, для активної комунікації зі своєю аудиторією. Бренсон регулярно ділиться своїми думками, ідеями та досвідом у сфері бізнесу та соціальної відповідальності. Крім того, він активно виступає на різних конференціях та заходах, що дозволяє йому не лише показати свої лідерські якості, але й підкреслити свою професійність у сфері підприємництва та інновацій. Бренсон також відомий своєю активною участю в різних благодійних та громадських ініціативах, що сприяє побудові його позитивного іміджу як успішного бізнесмена та соціального лідера. Його вдала самопрезентація сприяє позитивному сприйняттю його особистості та бренду, а також підвищує його авторитет у суспільстві та бізнес-середовищі.

Також, дослідження виявило, що невдала самопрезентація може призвести до негативних наслідків, включаючи розірвання взаємодії з аудиторією, втрату довіри та позитивного іміджу, а також потенційні втрати в сфері кар'єри чи бізнесу. Наприклад, на одній із презентацій Volkswagen фальсифікував дані про викиди дизельних двигунів, що призвело до значних штрафів і втрати довіри до компанії. Таким чином, дослідження підкреслює важливість комплексного підходу до піару як засобу самопрезентації для досягнення успіху та створення позитивного публічного іміджу.

Висновки. Наукове дослідження підтвердило важливість розуміння та використання піару як стратегічного інструменту для успішної самопрезентації в сучасному світі. Дослідження вказує на необхідність постійного аналізу та адаптації стратегій піару для ефективної комунікації та формування позитивного публічного іміджу як особистості, так і організації.

Література.

1. Офіційна сторінка Річарда Бренсона в X (Twitter). [Електронний ресурс]. URL: <https://twitter.com/richardbranson>

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.

22. Місце деривативів у розвитку біржового ринку

Анастасія Бурлака

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток вітчизняного біржового ринку, як і інші сфери економіки, потребують втілення інновацій, якими нині є деривативи. Світова практика свідчить, що одним із самих найпопулярніших способів інвестування є використання деривативів.

Матеріали і методи. При написанні тез використовуються різні методи та матеріали, які допомагають розкрити сутність деривативів у біржовій діяльності: методи порівняння допомагають співставити різні види деривативів, що використовуються на біржовому ринку; методи аналізу та синтезу забезпечують узагальнення системи управління деривативами на ринках капіталу; загальнонаукові та методи узагальнення даних, а також спеціальні методи дослідження використовуються при визначенні місця деривативів у біржовій діяльності.

Результати і обговорення. Деривативи є важливими фінансовими інструментами, які активно використовуються на вітчизняному біржовому ринку. Деривативи є особливою групою фінансових інструментів, яка має встановлені державою реквізити і засвідчує зобов'язання, внаслідок яких відбувається перехід права власності на базовий актив: продукцію, якщо угода укладається на товарній біржі; цінні папери, валюта, золото – якщо угода укладається на фондовій біржі.

Вперше на законодавчому рівні фінансові інструменти представлені у 10 групах, у кожній із них представлені деривативи, а також окремо розглядаються деривативні контракти, що стосуються активів, прав, зобов'язань, індексів, курсів [1] У групі фінансових інструментів – цінні папери, виокремлюється окрема складова – деривативні цінні папери, які представлені цінними паперами, що посвідчують право власника у визначених проспектом випадках вимагати від емітента придбання або продажу базового активу. До деривативних цінних паперів належать: опціонні сертифікати, фондові варанти, кредитні ноти, депозитарні розписки і державні деривативи. Вимоги до деривативних цінних паперів (крім державних деривативів) визначаються нормативно-правовими актами Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. Всі види деривативних цінних паперів випускаються і знаходяться в обігу виключно в електронній формі.

Крім деривативних цінних паперів на вітчизняному біржовому ринку існують деривативні контракти, які представлені в 11 групах, основними із них є опціон, форвард, ф'ючерс і своп, інші види є похідними від цих основних чотирьох деривативів.

Висновки. Необхідність у розвитку вітчизняного ринку деривативних фінансових інструментів існує уже давно. За своїм призначенням такий ринок є механізмом страхування фінансових ризиків в умовах нестабільності на ринку. Також приваблює даний ринок високоприбутковими інструментами інвестування, що набуває особливого значення при формуванні портфельного підходу інвестування.

Література.

1. Закон України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text3480-IV>, редакція від 01.01.2024. (дата звернення: 03.03.2024)

Керівник – ст. викл. Еш С.М.

23. Особливості використання шрифтів у рекламі

Анастасія Белан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Один із важливих компонентів брендування – це фірмові шрифти. Тому дослідження значення шрифтів у процесі створення рекламної продукції та їх впливу на споживача є актуальним завданням. Метою даної роботи є вивчення особливостей використання шрифтів у рекламній продукції.

Матеріали і методи. Використовуючи джерело пошуку Google Scholar, я проаналізувала більше 30 статей на тему дослідницької роботи. Проаналізовано також різні шрифтові рішення в рекламних матеріалах різних компаній. Використані методи експертної оцінки та опитування споживачів з метою визначення їх візуальних уподобань та реакції на рекламні повідомлення з різними шрифтами.

Результати і обговорення. У рамках дослідження проаналізовано сприйняття шрифтів різними віковими категоріями. У результаті дослідження було встановлено, що використання певних шрифтів може значно підвищувати читабельність та сприйняття рекламних повідомлень. Наприклад, сан-серіфні (без зарубок) шрифти виявилися більш привабливими для молодшої аудиторії, тоді як серіфні (з зарубками) шрифти більше сприймаються серед старшого покоління. У результаті дослідження було також виявлено, що кольорова гама та розмір шрифту мають значний вплив на сприйняття рекламних повідомлень. Наприклад, яскраві кольори та збільшений розмір шрифту зазвичай привертають увагу молодшої аудиторії, тоді як більш згаблі кольори та зменшений розмір можуть бути більш ефективними для старшого покоління.

Дослідження також вказує на те, що стиль шрифту може впливати на сприйняття бренду. Наприклад, використання курсивного шрифту може надавати бренду емоційну та індивідуальну виразність, тоді як жорсткий та прямий шрифт може створювати враження надійності та професіоналізму. Це може впливати на відношення споживачів до бренду та їхню готовність до його сприйняття. Крім того, було встановлено, що контраст між шрифтами у рекламних матеріалах може допомагати підсилювати увагу споживачів до певних елементів повідомлення. [1; 2]

Висновки. Результати дослідження підтверджують важливість правильного вибору шрифтів у рекламних матеріалах залежно від цільової аудиторії. Рекомендації щодо використання шрифтів у рекламних кампаніях можуть допомогти компаніям досягти кращого взаємодії зі споживачами та підвищити ефективність своїх рекламних зусиль. Результати дослідження вказують на необхідність комплексного підходу до вибору шрифтів у рекламних матеріалах, який враховуватиме не лише їх візуальні характеристики, але й психологічний та контекстуальний аспекти їх використання.

Література

1. Григор'єва Р. С. Особливості дизайн-концепції друкованого видання : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 "Журналістика" / наук. керівник Г. В. Микитів. Запоріжжя: ЗНУ, 2023. 43 с.
2. Сушкова А. С. Особливості використання шрифтів в рекламі. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : зб. матеріалів 25-го Міжнар. молодіжн. форуму*, 20–22 квітня 2021 р. Харків : ХНУРЕ, 2021. Т. 6 (конф. "Інформаційні інтелектуальні системи"). С. 415–416.

Керівник - доц. Арич М.І.

24. Особливості реалізації рекламних кампаній для популяризації споживання молока і молочних продуктів

Валерія Скільська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогодні проблема формування здорового раціону для населення є предметом значної уваги в різних країнах, оскільки доведено провідний вплив здорових звичок, у тому числі, харчових, на стан здоров'я людини. Це значною мірою стосується питання про місце молочних продуктів у щоденному раціоні дітей, що неодноразово висвітлювалось в ході рекламних кампаній соціальної реклами в країнах Північної Америки та Європи.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження стали кампанії «Milk Life», що присвячена висвітленню ролі молока в родині, та «Milk It!» для дітей, покликана заохотити їх пити більше молока, організовані агенцією «MilkPER», та кампанія популяризації споживання молока зі зниженою жирністю «1% знежирене молоко має переваги!» у США, а також рекламні стратегії ТМ «ПростоНаше» та «Молокія». У роботі використано такі наукові методи, як: аналіз, порівняння, спостереження.

Результати і обговорення. На думку американських вчених, заміна молока з низьким вмістом жиру на молоко з високим вмістом жиру є значною корисною зміною в харчуванні. Проте більшість американців, особливо ті, хто мав нижчий сімейний дохід і нижчий освітній рівень, мали стійкі упередження щодо цього продукту, вважаючи його «розбавленим», що містило менше вітамінів і мінеральних речовин. Щоб подолати ці стереотипи, було запущено кампанію «1% знежирене молоко має переваги!» за участі баскетболіста Кендріка Перкінса, що знявся у роликах кампанії. Рекламні ролики та друкована реклама підкреслювали сувору поведінку Перкінса та його високий зріст і міцну статуру. Образи як Перкінса, так і покупців у роликах додали культурної привабливості для багатостаттєвої аудиторії. Результатом цієї рекламної кампанії було визначено приріст продажу молока 1% жирності з 4,1% до до 7,9%.

Другу ефективну стратегію розробила агенція «MilkPER» із залученням фінансування національними молочними компаніями США. Головною метою було розповісти споживачам про переваги молока – з 9 основними поживними речовинами, включаючи високоякісний білок, у кожній склянці. Рекламні відеоролики кампанії «Milk Life» та «Milk It!» розмістили на платформі YouTube на партнерських медіаканалах і демонстрували на масових заходах. Цільовою аудиторією став сегмент дітей і тінейджерів, а для просування корисних властивостей молока залучено відомих акторів, зірок естради, спортсменів та навіть мультиплікаційних персонажів, наприклад, Сімпсонів. Як показали дослідження, у 2019 році споживання молока дітьми у США зросло на 6% за останніх 5 років і на 16% протягом останніх 30 років, що засвідчило ефективність рекламної стратегії.

Рекламні стратегії для популяризації молочних продуктів в Україні задіює низка брендів, які пропагують здоровий спосіб життя для дітей та їх батьків. Так, ТМ «ПростоНаше» позиціонує себе як бренд 100% фермерського молока, акцентуючи на натуральності та сімейності бренду, а на сторінках в соціальних мережах свідомо зроблено акцент саме на споживанні продукції торгової марки дітьми. А бренд «Молокія» на сторінці в соціальних мережах залучав дітей до гімнастики вдома, щоб під час карантину діти продовжували вести здоровий спосіб життя.

Висновок. Отже, бренди молочної продукції в Україні, опрацьовуючи світовий досвід, використовують стратегії популяризації здорового харчування для дітей, та вкладають багато ресурсів у цей напрям.

Керівник - доц. Антонова О.В.

25. PR-технології: ключ до успішних маркетингових комунікацій компанії

Каміла Серебреннікова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зв'язки з громадськістю (PR) - одна з конкретних функцій управління, яка сприяє встановленню та підтриманню спілкування для виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння й співробітництва між організацією і громадськістю.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Маркетингова комунікація - один з чотирьох елементів маркетинг-міксу, який являє собою інтегрований набір засобів комунікації, що застосовується для передачі повідомлень від виробника або продавця продукції до його цільових ринків. Одним з основних видів діяльності підприємства є інтегровані маркетингові комунікації, котрі є ключовим елементом комунікаційної стратегії компанії, в якій PR відіграє важливу роль за допомогою традиційних чи нетрадиційних методів брендингу. Цифровий маркетинг сьогодні є впливовою сферою, і на даний момент саме цифрові технології найпотужніше впливають на світ бізнесу. Цифровий маркетинг займає близько 25% обсягу маркетингових бюджетів провідних компаній, і його частка постійно зростає. Підприємства, які використовують всі доступні цифрові канали та інструменти комунікацій, у середньому на 25% є більш прибутковими за інші підприємства. Digital-маркетинг пов'язаний з Інтернет-маркетингом, але він має вже розроблені певні техніки, які дають можливість досягнути цільової аудиторії навіть в офлайн-середовищі. Методи паблік рилейшнз включають різноманітні методи та інструменти, призначені для впливу на повідомлення, репутацію та імідж компанії, а також для дослідження та управління громадською думкою. Вся робота служби паблік рилейшнз будується за принципами: відкритості, гласності, прозорості, достовірності, системності комунікації, зрозумілості, довіри. Діяльність компаній у сфері комунікацій можна вважати успішною лише в тому разі, якщо вона значною мірою досягає поставлених цілей і завдань. Успішна PR-кампанія повинна досягати таких цілей, як просування бренду, максимізація прибутку, позитивний імідж і репутація, а також лояльність споживачів. Останнім часом, підприємства активно починають застосовувати чат-боти, месенджери та інші системи для швидких замовлень їхньої продукції, підв'язувати їх до своїх соціальних сторінок у Facebook, Instagram та сайтів, щоб полегшити процес замовлення продукції та зв'язку зі споживачем через соціальні мережі або веб-сайти. Основними цілями розробки комунікаційних стратегій та діяльності зі зв'язків з громадськістю є формування комунікаційних зв'язків з різними аудиторіями, створення та підтримка іміджу та репутації підприємства, максимізація прибутковості та конкурентоспроможності на ринку.

Висновки. Отже, для постійного підвищення ефективності маркетингової-комунікаційної стратегії організації доцільно застосовувати як традиційні методи, так і нетрадиційні інструменти маркетингових комунікацій та PR-технологій. Лише вдалий симбіоз даних методів може гарантувати впізнаваність та впливовість бренду.

Література.

1.Зеліч В.В. Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії. Економіка та підприємництво, 2022 р., № 1 (124) .

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.

26. SMM-просування як невід'ємна стратегія маркетингу освітніх послуг

Анастасія Єгорова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. SMM (соціальні медіа маркетинг) просування – це стратегія використання соціальних медіа платформ (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn тощо) для просування товарів та послуг. Цей вид маркетингу шляхом створення контенту, взаємодії із аудиторією, розміщення реклами передбачає залучення уваги цільової аудиторії, збільшення обсягів продажів товарів та підвищення лояльності до бренду [1, 3].

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є офіційна інформація з інтернет-ресурсів. Використано методи теоретичного та практичного узагальнення.

Результати і обговорення. Зв'язок інтернет-технологій зі сферою освіти набуває все більшого значення у сучасному цифровому суспільстві. Зокрема, використання соціальних медіа стає невід'ємною складовою стратегій просування освітніх послуг. Ця тенденція зумовлена зростанням популярності соціальних платформ та їх здатністю до швидкого та ефективного залучення уваги цільової аудиторії [2, 3].

Інструменти SMM-просування освітніх послуг охоплюють широкий спектр засобів, спрямованих на залучення уваги потенційних учнів, студентів, батьків та інших учасників освітнього процесу. Серед найпоширеніших інструментів можна виділити: створення цікавого та корисного контенту, рекламна кампанія, взаємодія зі спільнотою, моніторинг та аналіз результатів.

В ході дослідження просування сторінок у соціальних мережах Instagram та Facebook кафедри маркетингу НУХТ було з'ясовано, що структурний підрозділ досить впевнено просуває свої послуги та переваги. Основний акцент стоїть саме на просуванні на офіційній сторінці в Instagram, де з кожним місяцем зростає залучення нової аудиторії – молоді, яка навчається на даній кафедрі, та майбутніх вступників.

Кафедра маркетингу змогла підняти та вивести важливі показники в «зелену» зону, розробити стратегію, яка працює і є дієвою, знайти підхід до цільової аудиторії. З початку 2024 року покращуються показники ефективності реалізації smm-стратегії. Лише за останній місяць було охоплено 498 облікових записів, що є +72,9% порівняно з минулим місяцем, додалась загальна кількість читачів на +0,3%, піднято взаємодію облікових записів на +61,5%.

Висновки. SMM-просування є невід'ємною складовою стратегій маркетингу для закладів вищої освіти у зв'язку із різноманітністю й швидкістю змін у сучасному цифровому середовищі. Цільова аудиторія, переважно молоді люди, активно користується соціальними медіа, тому важливо, щоб навчальні заклади були присутніми на цих платформах для залучення уваги, взаємодії із цільовою аудиторією та розповсюдження інформації про освітні можливості.

Література.

1. Іванина Р., Клімак Ю. SMM-просування: що це та для чого потрібно. 2023. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/smm-prodvizhenie> (дата звернення: 27.02.2024)
2. Капінус Л.В. Вплив соціальних мереж на маркетингову поведінку підприємства на онлайн-ринку. *Таврійський науковий вісник*. 2023. №18. С. 86-93.
3. Kannan P.K., Li H.A. Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*. 2017. No. 34 (1). Pp. 22-45.

Керівник – к.е.н., доц. Капінус Л.В.

27. Технології мерчандайзингу в діяльності торговельного підприємства

Юлія Перебийніс

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасних умовах господарювання між роздрібними торговельними підприємствами відслідковується посилена конкуренція. З метою підвищення конкурентних позицій магазини застосовують інструменти мерчандайзингу для впливу на покупців.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є офіційна інформація з інтернет-ресурсів. Використано методи теоретичного та практичного узагальнення.

Результати і обговорення. Мерчандайзинг – це комплекс заходів, спрямованих на привернення уваги кінцевих покупців до торгової марки або товарної групи і збільшення роздрібних продажів за рахунок максимально вигідного розміщення в торгових залах і на прилавках магазинів [1]. Необхідність мерчандайзингу викликана тим, що 2/3 всіх рішень про покупку споживачі приймають у торговому залі магазину, навіть якщо покупка певного виду товару запланована заздалегідь. Рішення про покупку приймається не тому, що товар кращий, а через те, що за допомогою певних засобів у магазині було створено найбільш сприятливе враження цього товару [1].

Основними цілями і завданнями мерчандайзингу торговельного підприємства є: 1) стимулювання продажу товарів у магазині; 2) формування лояльності до товару та місця покупки; 3) удосконалення торговельно-технологічного процесу в магазині; 4) ефективне подання товарів на ринку; 5) залучення уваги покупців до товарів, особливо до нових. Серед ключових інструментів мерчандайзингу виділяють: дизайн магазину, товарний асортимент, планування магазину, колір, освітлення, імідж тощо.

З метою досягнення ефективності мерчандайзингу рекомендується використовувати різні правила: 1) правило торгового запасу полягає в створенні такого рівня запасу, який забезпечував би безперервну присутність асортименту в торговому залі; 2) правило «обличчям до покупця». Товар повинен бути розташований фронтально, з урахуванням кута зору покупця; 3) правило пріоритетних місць. Товари, що приносять найбільший прибуток і мають найкращі показники продажів, слід розміщувати в кращих місцях торгового залу і торгового обладнання; 4) правило «золотого трикутника». Вхід, каса і основна вітрина утворюють так званий «золотий трикутник». Це зони, в яких покупці виявляють найбільшу активність. Для охоплення більшої площі необхідно зробити відстань між вершинами трикутника якомога більшою; 5) правило «золотої полиці». Максимальну увагу покупець приділяє продукції, що знаходиться на рівні очей і грудей. А також доцільно використовувати нові технології в мерчандайзингу, наприклад нейромаркетинг [2].

Висновки. Мерчандайзингові технології – це складові стратегії маркетингу роздрібних підприємств, реалізація якої передбачає зростання обсягів продажів та залучення цільової аудиторії до покупок в магазинах. Використання новітніх технологій мерчандайзингу – запорука успішної торговельної діяльності.

Література.

1. Іліка Г.П., Олійнич С.І. Мерчандайзинг як невід’ємна складова успішних маркетингових комунікацій. URL: <http://www.zmk.com.ua/ua/articles/30.html>

2. Капінус Л.В., Скригун Н.П., Молін Н.О. Вплив нейротехнологій та цінових прийомів мерчандайзингу на поведінку споживачів. *Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України*. 2022. Вип. 1(05). С. 13-18.

Керівник – к.е.н., доц. Капінус Л.В.

28. Мерчандайзинг як маркетинговий інструмент впливу на поведінку споживачів

Анастасія Венгаренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасна роздрібна торгівля не може існувати без знання психології покупця. Тому мерчандайзинг все частіше використовується як процес, що створює імпульс до покупки.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є офіційна інформація з інтернет-ресурсів. Використано методи теоретичного узагальнення.

Результати і обговорення. Мерчандайзинг – це комплекс заходів, які плануються і реалізуються безпосередньо в роздрібній мережі. Він поєднує в собі різні форми активного продажу товарів (викладка та демонстрація продукції, використання пакування та маркування, гнучка цінова політика).

Сучасний мерчандайзинг базується на психологічних дослідженнях, які показують, що яскраве та привабливе пакування впливає на імпульс до покупки. Оскільки колір є одним з найважливіших факторів, що впливає на увагу та поведінку людини на підсвідомому рівні, ритейлерам варто використовувати різні кольорові схеми, як в пакуванні, так і в дизайні магазину, щоб привабити покупців та посилити імпульс до покупки [2].

Дослідження показали, що використання певної колірної гами в дизайні торгової зали може збільшити продажі. Різні кольори по-різному впливають на емоційний стан людей: одні кольори пригнічують, інші привертають увагу. Щоб правильно оцінити колірну гаму торгової зали, потрібно знайти «золоту середину». Встановлено, що жовтий і червоний є найбільш гіпнотизуючими кольорами для покупців, оскільки вони викликають почуття збудження, ентузіазму та активності.

Міжнародний досвід показує, що продажі зростають майже на 400-600%, якщо товари правильно викладені на полицях. Ідеальне розміщення товару – на рівні очей і рук. Наприклад, переміщення товару з рівня коліна на рівень очей збільшує прибутковість цього товару на 73% [1, 2].

Ще один спосіб значно збільшити продажі на полицях – розмістити полиці поруч з популярними товарами. Викладку товарів слід організувати так, щоб слабші бренди запозичували популярність у сильніших. Для цього сильні бренди слід розміщувати на початку і в кінці рядів полиць, щоб створити «замкову стіну», щоб слабкі товари привертати більше уваги, ніж сильні. Важливо також забезпечити чітке і точне маркування цін на кожному товарі та використання POS-матеріалів.

Висновки. Дослідження показують, що на поведінку покупців суттєво впливає вибір кольору торгової зали (стін, стелі, підлоги та полиць), використання різних способів раціонального розташування товарів на полицях (наприклад, контрастне пакування, зміна рівня продажу товарів, сусідство з сильними товарами), а також POS-матеріали.

Література.

1. Капінус Л.В., Скригун Н.П., Молін Н.О. Вплив нейротехнологій та цінових прийомів мерчандайзингу на поведінку споживачів. *Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України*. 2022. Вип. 1(05). С. 13-18.
2. Психологічні аспекти процесу продажу товарів. URL: <http://surl.li/qhqzd> (дата звернення: 09.02.2024).

Керівник – к.е.н., доц. Капінус Л.В.

29. Перспективи розвитку господарського портфеля підприємства

Діана Бартеньсва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Задоволення потреб споживачів залежить від якісного формування господарського портфеля підприємства. Саме даний процес призводить до збільшення реального рівня прибутку, підвищення конкурентоспроможності та зміцнення економічної стабільності компанії. Ефективне формування господарського портфеля підприємства та зміни у його структурі відіграють важливу роль у стратегії розвитку підприємства.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використано методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Розвиток господарського портфеля фірми є важливою стратегічною задачею, що вимагає системного підходу. У сучасному ринковому середовищі, збалансований та ефективний господарський портфель є ключовим чинником успіху підприємства.

Аналіз та оцінюванні господарського портфеля підприємства передбачає оцінювання стану всіх стратегічних господарських підрозділів (СПП), які також можуть називатися стратегічними бізнес одиницями (СБО) або стратегічними зонами господарювання (СЗГ). Загалом, це автономні відділення або підрозділи, відповідальні за конкретну асортиментну групу або товар на ринку.

Однією з перспектив розвитку господарського портфеля підприємства є диверсифікація. Це означає розширення асортименту товарів або послуг, розробку нових продуктів, відкриття нових ринків, розширення сфери діяльності. Диверсифікація може зменшити ризики, а також створити нові можливості для збільшення продажів і прибутковості.

Інша перспективна – це оптимізація господарського портфеля підприємства. Тобто, в результаті аналізу відбувається видалення неефективних продуктів чи неперспективних напрямків діяльності і зосередження на найбільш перспективних сегментах. Оптимізація дозволяє компаніям концентрувати свої ресурси на найбільш важливих сферах і забезпечити їхній успіх.

Крім того, розвиток господарського портфеля тісно пов'язаний із постійним вдосконаленням та інноваціями. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти потреби споживачів, підприємства повинні постійно вивчати ринок, аналізувати конкурентну ситуацію, впроваджувати нові технології та підходи.

Висновки. Отже, розвиток господарського портфеля підприємства вимагає системного та стратегічного підходу. Необхідно постійно оцінювати поточний стан портфеля, виявляти можливості для розвитку та вчасно реагувати на зміни в бізнес-середовищі. Тільки таким чином підприємство зможе зберегти конкурентну позицію на ринку та забезпечити стабільний розвиток.

Керівник – доц. Розумей С.Б.

30. Особливості розроблення рекламної кампанії для кафедри маркетингу НУХТ

Єлизавета Забродська

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. Кафедра маркетингу НУХТ надає послуги освіти та готує фахівців з маркетингу, реклами, підприємництва та біржової діяльності. З метою залучення абітурієнтів кафедра використовує різні рекламні інструменти.

Матеріали та методи. Аналіз рекламної діяльності кафедри; розроблення пропозицій щодо вдосконалення рекламних заходів.

Результати. Кафедра маркетингу НУХТ здійснює підготовку бакалаврів та магістрів за спеціальностями: «Маркетинг», «Журналістика» (ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю»), «Підприємництво та торгівля» (ОП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»). Проаналізувавши соціальні мережі та друковані рекламні матеріали, можна зазначити, що рівень рекламної активності кафедри маркетингу НУХТ варто підвищувати. Так, кафедра не має зовнішньої реклами, що при вдалому розташуванні охоплювала б значну кількість цільової аудиторії. Відеореклама також не застосовується. Активно використовуються лише соціальні мережі Instagram та Facebook, де публікуються однакові пости. Незважаючи на те, що там публікуються доволі цікаві маркетингові матеріали та новини зі студентського життя, сторінки недостатньо рекламуються, отже, й не залучають нову аудиторію. Проаналізувавши Instagram-акаунт, можна побачити, що він налічує лише 333 підписників, що є доволі невеликою кількістю та складається переважно з викладачів та студентів.

Відповідно до проаналізованої інформації можна сформулювати пропозиції для розвитку рекламної діяльності кафедри маркетингу НУХТ. Запуск таргетованої реклами в Instagram допоможе залучити цільову аудиторію потенційних студентів та збільшить загальний рівень охоплення сторінки, почавши її розвиток та популяризацію. TikTok-акаунт у сучасному світі також дуже важливий, особливо коли цільова група – молоді люди. Незважаючи на активне ведення загального TikTok-акаунту інституту, все ж варто створити окремий акаунт для кафедри. Розважальні студентські та корисні цікаві відео маркетингової спрямованості – ефективний формат цієї платформи. Наступним важливим пунктом є зовнішня та друкована реклама. Банери, розтяжки, флаєри при розміщені у місцях, де найчастіше буває ЦА (наприклад, на зупинках громадського транспорту та в торгових центрах) будуть залучати увагу та ефективно працювати. Реклама на телебаченні коштує дорого та не є необхідною, проте радіореклама, що має меншу вартість, залучила б увагу батьків абітурієнтів, які їдуть машиною на роботу чи з роботи. А от якісна відеореклама, запущена в Ютубі, залучить увагу саме молоді. Головне – креативний підхід та якісна візуальна картинка. Усі ці пропозиції допоможуть у популяризації кафедри маркетингу НУХТ та сприятимуть збільшенню кількості абітурієнтів.

Висновки. Кафедра маркетингу НУХТ має багато перспектив розвитку та популяризації, проте для успішного майбутнього варто активізувати рекламну діяльність у соціальних мережах та задіювати нові точки контакту з цільовою аудиторією.

Література:

1. Офіційний веб-сайт Навчально-наукового інституту економіки та управління. Кафедра маркетингу. URL: <https://eiu.nuft.edu.ua/marketing-kafedra.php>
2. Офіційний Instagram-акаунт кафедри маркетингу URL: https://www.instagram.com/marketing_nuft/

Керівник – доц. Антонова О.В.

31. Кольорова гама оформлення реклами різних брендів

Марія Баранова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Колір – це потужний інструмент, який може впливати на емоції, сприйняття та поведінку людей. Це робить його важливим елементом дизайну, особливо коли йдеться про рекламу. Бренди ретельно обирають кольори для своїх логотипів, веб-сайтів, рекламних кампаній та інших маркетингових матеріалів. Цей вибір може мати значний вплив на те, як люди сприймають бренд і взаємодіють з ним.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Колір має велике значення у створенні візуальної ідентичності брендів та привертанні уваги споживачів. Кожен бренд обирає свою власну кольорну гаму для реклами з урахуванням своєї аудиторії, цілей та цінностей компанії.

Бренди, спрямовані на елегантність і престиж, часто використовують темні відтінки, такі як чорний, темно-синій або бордовий. Ці кольори асоціюються з розкішшю і впевненістю.

Для молодіжних брендів частіше за все використовуються яскраві та живі кольори, такі як яскравий жовтий, оранжевий або барвисті комбінації. Це допомагає привернути увагу та створити враження про енергійність і веселощі.

Екологічно-орієнтовані бренди можуть використовувати природні та зелені відтінки, щоб відобразити свою згуртованість з природою та екологічну свідомість.

Технологічні компанії часто обирають сучасні та мінімалістичні кольори, такі як сірий, білий або металеві відтінки, щоб виразити інноваційний та прогресивний підхід.

Інші бренди можуть вибирати свою кольорну гаму з урахуванням психологічних аспектів кольорів, таких як червоний для стимулювання апетиту або блакитний для спокою і довіри.

Вибір кольірної гама для реклами є важливим елементом розвитку бренду і має великий вплив на сприйняття його аудиторією.

Таким чином: червоний – збуджує, стимулює, асоціюється з енергією та пристрастю та небезпекою. Зелений – заспокоює, розслабляє, асоціюється з природою, екологічністю та гармонією. Синій – асоціюється з довірою, безпекою, спокоєм та відповідальністю. Жовтий – асоціюється з радістю, оптимізмом, теплом та творчістю. Фіолетовий – асоціюється з розкішшю, вишуканістю, таємницею та креативністю. Чорний – асоціюється з силою, елегантністю, авторитетом та таємницею. Білий – асоціюється з чистотою, простотою, невинністю та досконалістю.

Висновок. Колір стає потужним інструментом в руках брендів для створення візуального враження, залучення уваги та побудови ідентичності. У рекламі кожен вибір кольору має свою глибоку мотивацію та відбиває цінності та характер бренду. Дізнайтеся, які кольорові стратегії використовуються різними компаніями, щоб створити ефективну та запам'ятовувальну рекламну кампанію. Від експресивних яскравих тонів до стриманих мінімалістичних палітр - кожен кольоровий вибір несе своєрідне повідомлення, яке може змінити сприйняття споживачів про бренд.

Керівник – ст.викл. Лелека О.О.

32. Авторське право у рекламі

Софія Довжик

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Авторське право є важливим аспектом правового регулювання реклами. Рекламні матеріали, такі як фотографії, відео та графічні зображення, можуть бути захищені авторським правом, тому рекламодавці повинні дотримуватись правил використання та відтворення цих матеріалів.

Матеріали і методи. Використано теоретичний метод дослідження.

Результати і обговорення. Одним з ключових аспектів авторського права у рекламі є необхідність отримання дозволу на використання матеріалів, захищених авторським правом. Це може включати отримання дозволу від авторів фотографій, музичних творів та інших матеріалів, які використовуються в рекламі. Без отримання дозволу від правовласників, рекламні матеріали можуть порушувати авторське право та призвести до позовів. Для того, щоб уникнути проблем з авторським правом, рекламодавці повинні звертати увагу на використання матеріалів, які не підлягають авторському праву або матеріалів, для яких вже отримано дозвіл на використання. Наприклад, рекламний матеріал може бути створений з використанням безкоштовних стокових фотографій, які мають вільні права на використання. Захист авторських прав у рекламі може мати велике значення для власників прав на інтелектуальну власність. Наприклад, якщо рекламний матеріал містить музичний трек, то власник авторських прав на цей трек має право вимагати від компанії, яка використовує цей матеріал, сплати ліцензійної винагороди. Це може стосуватись не тільки музики, а й будь-якої іншої інтелектуальної власності, що використовується в рекламному матеріалі.

Крім того, компанії повинні бути уважними до того, як вони використовують свою інтелектуальну власність у своїх рекламних матеріалах. Вони повинні забезпечити, щоб використання їх особистої інтелектуальної власності відповідало всім законам та правилам, а також щоб вони не порушували прав інших власників інтелектуальної власності. Наприклад, компанія повинна мати дозвіл на використання торгової марки, якщо вона використовує її в своїй рекламі, та повинна уникати використання авторських творів, таких як музика чи зображення, без дозволу від власників авторських прав. Також важливо враховувати те, що авторське право може бути захищене відтворенням матеріалів в рекламі за допомогою так званого "fair use" (сумісне використання) у багатьох країнах. Це означає, що компанії можуть використовувати деякі частини авторських творів, такі як цитати, з метою створення реклами, якщо вони не порушують авторських прав власника.

Висновок. Дотримання авторських прав у рекламі є важливим кроком для забезпечення того, що компанії не порушують права інших власників інтелектуальної власності та не стають об'єктом судових позовів. Крім того, відповідне використання авторських творів та інших матеріалів може допомогти компанії підвищити рівень довіри та поваги від споживачів, що може мати позитивний вплив на її репутацію та дохід.

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.

33. Основні засоби системи маркетингових комунікацій

Анастасія Вихристюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Маркетингові комунікації являють собою систему інформаційно-комунікативного впливу на цільову аудиторію, розраховану на синергетичний ефект від комплексного застосування найбільш ефективних інструментів.

Матеріали та методи. У роботі було використано методи аналізу і синтезу, метод узагальнення.

Результати та обговорення. Основними інструментами системи маркетингових комунікацій є реклама, стимулювання збуту, прямий маркетинг та зв'язки з громадськістю.

Реклама – це платна форма безособових, односторонніх інформаційних повідомлень через засоби масової інформації та інші засоби комунікації зі споживачами. Вона є одним з найбільш поширених інструментів маркетингових комунікацій, що допомагає здійснювати вплив на споживача.

Стимулювання збуту можна визначити як широкий спектр заходів, спрямованих на те, щоб уможливити або заохотити продаж продукту на всіх шляхах у ринковому середовищі. Воно зазвичай є короткостроковим і включає демонстрацію товару, безкоштовні зразки, призи, акції та конкурси.

Прямий маркетинг – це форма маркетингової комунікації, в якій компанії та некомерційні організації працюють безпосередньо зі своїми клієнтами без інформаційних посередників. Він здійснюється з метою побудови відносин зі споживачами та забезпечення зворотного зв'язку з ними.

Зв'язки з громадськістю (PR) – це насамперед безперервна комунікація та психологічний прямий і непрямий контакт керівних органів будь-якої системи з широкою громадськістю з метою створення, формування та обробки позитивного іміджу установи, організації та її керівників, а також впливу на створення сприятливого середовища для взаємодії між ними.

Вплив на цільову аудиторію має комплексний характер і неможливо відокремити вплив реклами від стимулювання збуту. До ефектів маркетингових комунікацій відносяться збільшення обсягу продажів і частки ринку, створення у цільовій аудиторії певної поінформованості про бренд, сприйняття переваг торгової марки над конкурентами, що діють на ринку, задоволення споживача від наявності якісного продукту, розробка та втілення певного іміджу та образу компанії, а також поліпшення становища споживача в суспільстві.

Висновки. Таким чином, жоден з перерахованих вище ефектів не може бути досягнутий самостійно: одночасне застосування маркетингових комунікаційних засобів дає змогу отримати більший економічний ефект, ніж за окремого їх застосування.

Література.

1. [Michael T. Ewing](#) (2009), Integrated marketing communications measurement and evaluation, *Journal of Marketing Communications*, vol. 15, pp. 103-117.
2. Jerry Kliatchko (2005), Towards a new definition of Integrated Marketing Communications (IMC), *International Journal of Advertising*, vol. 24, pp. 7-34.

Керівник – доц. Розумей С.Б.

34. Сучасні тенденції розвитку ринку харчових продуктів

Володимир Страшинський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємствам харчової промисловості необхідно постійно вивчати глобальні ринкові тренди, швидко реагувати на їх зміну відповідно до запитів та прихильностей споживачів.

Матеріали та методи. В дослідженні були використані матеріали із загальнодоступних джерел а також наукові праці з даної тематики. Застосовувались методи логічного аналізу, наукової абстракції, структурування, узагальнення та систематизації.

Результати та обговорення. До однієї з основних тенденцій розвитку ринку харчових продуктів належить екологічно відповідальний підхід до упаковки товарів, а саме використання матеріалів, що не шкодять довкіллю. Хоча традиційне пластикове пакування може бути навіть економічно вигіднішим, сучасні компанії знаходять нові можливості для використання все більш екологічних упаковок. Широкого розповсюдження набуває пакування за допомогою картону та біополімерів, які з часом розкладаються.

З поширенням смартфонів значного розповсюдження останнім часом набула практика нанесення на упаковку QR кодів, при скануванні яких потенційний споживач може дізнатись велику кількість корисної інформації про харчові продукти, наприклад склад, алергени, калорійність тощо.

Завдяки підвищенню інтересу до здорового харчування набула більшого поширення ферментація як спосіб обробки харчових продуктів. З розвитком технологій бродіння виробники мають можливість безпечно ферментувати великі обсяги продукції за раз. Також ще одним з трендів в обробці харчової продукції є ліофілізація – сушіння холодом з виморожуванням вологи, що дозволяє полегшити транспортування, подовжити термін придатності та свіжість і зберегти поживні властивості продукту та смак.

Прагнення споживачів до здорового способу життя призводить до зменшення споживання продуктів з високим вмістом цукру, глютену, лактози тощо і перехід на альтернативні замінники, які в свою чергу повинні не погіршувати якість і смакові властивості продукції. В той же час все більшим попитом користуються функціональні продукти, наприклад пробіотики, які є корисними для організму, нормалізують мікрофлору шлунково-кишкового тракту та покращують травлення.

Ще одним з трендів розвитку сучасного ринку харчових продуктів є зростання інтересу споживачів до альтернативних джерел білка як наслідок турботи про власне здоров'я та навколишнє середовище. До них відносять культивоване м'ясо, рослинне харчування, мікропротеїни, отримані з грибів тощо.

Висновки. Таким чином, до основних тенденцій розвитку ринку харчових продуктів можна віднести нові технології обробки, екологічно відповідальне пакування, зміну попиту на певні категорії продуктів.

Література

1. Чумак І.В. Основні тренди розвитку харчових інновацій у контексті українського та світового державотворення. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Публічне управління та адміністрування. 2022. Т. 33 (72). № 1. С. 11-19.

Керівник - д.е.н., доц. Шеремет О.О.

35. Особливості персонажів реклами харчових продуктів

Ксенія Коваленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Реклама харчових продуктів спрямована на залучення уваги споживачів та стимулювання їхньої покупки, тому персонажі в таких рекламних матеріалах мають свої особливості, які сприяють досягненню поставленої мети.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних

Результати та обговорення. Одними із важливих характеристик персонажів реклами харчових продуктів є позитив, яскравість та привабливість. Якщо персонаж наділений такими рисами, то він створює позитивну емоційну асоціацію з продуктом і покупець, з великою вірогідністю, захоче його придбати.

Крім того, деякі персонажі в рекламі харчових продуктів мають виразні характерні риси, які роблять їх легко впізнаваними. Це може бути особливий голос, мовленнєві манери, міміка, жестикуляції, або навіть зовнішні риси, які надають персонажу унікальності.

Героїв реклами створюють відповідно до цільової аудиторії, на яку спрямований продукт. Наприклад, якщо товар адресований дітям, персонаж може бути яскравим, дитячим, дружелюбним та енергійним, як от Живчик, кролик Квікі (марка Несквік) та M&M's.

Персонажі реклами харчових продуктів, в основному, є обличчям самої торгової марки, тому від того, як їх будуть подавати та зображати у рекламних роликах, залежить репутація бренду та кількість продажів. Тим паче у наш час, коли люди, в першу чергу, купують емоції та враження від продукту, піклуватися про образ героя реклами та уважно й відповідально прописувати сценарії – дуже важливо.

Персонажі реклами харчових продуктів також можуть виступати в ролі експертів, які розповідають про переваги та корисність продукту або підкреслюють його неперевершений смак. Покупці на підсвідомому рівні довіряють улюбленим героям та прислухаються до їхніх порад у придбанні товару.

Герої реклами також часто використовують мотивацію, як інструмент привабливості покупців. Вони можуть оголошувати різні невеликі конкурси із призами, як от: «Шукай на кришці пляшки код, пиши його на нашому офіційному сайті і вигравай призи!». Такі інтерактиви завжди цікаві аудиторії, а особливо молодшій.

Висновок. Персонажі реклами харчових продуктів є важливим інструментом у створенні ідентичності бренду, стимулюванні попиту та формуванні уявлень про продукт серед споживачів. Через ефективне використання персонажів у рекламі харчових продуктів бренди можуть досягти більшої впізнаваності, позитивного сприйняття та збільшення продажів. Таким чином, ретельно розроблені та адаптовані до цільової аудиторії персонажі стають ключовим елементом в маркетингових стратегіях компаній у сфері харчової промисловості.

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.

36. Здорове медіаспоживання під час війни

Дмитрій Мінішев

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Здорове медіаспоживання в умовах військового конфлікту виходить за рамки вибору надійних джерел інформації. Свідомий та відповідальний підхід до сприйняття та взаємодії з медіа-контентом – це не просто прийняття та використання інформації, але також активна участь у формуванні власної медіаграмотності.

Матеріали і методи. Для проведення дослідження було використано спеціальні додатки або сервіси, які фіксують час, проведений на різних платформах, та аналізують звички медіаспоживання.

Результати та обговорення. В умовах постійного стресу, що пов'язано зі збройною агресією росії проти України, першочергова мета кожної людини – забезпечити дбайливе ставлення до власного психічного здоров'я. Розуміючи необхідність бути в курсі подій в країні та отримувати свіжі новини, особливо в сферах повітряної безпеки та благополуччя близьких, необхідно деталізувати підходи до споживання інформації. Важливо виявляти уважність до належного балансу та уникати перенасичення інформацією, щоб уникнути негативного впливу на психологічне становище користувачів. Таким чином, активне управління споживанням медіа стає ключовим елементом для забезпечення психічного здоров'я та збереження емоційної стійкості в умовах збільшеної інформаційної напруги.

Набуття здорового медіаспоживання включає в себе ряд методів та практик, які можуть зменшити вплив негативних аспектів інформаційного середовища:

- потрібно обирати достовірні та надійні джерела інформації;
- слід уникати відвідування платформ, де розповсюджується сумнівна або неперевірена інформація;
- необхідно встановлювати часові ліміти для перебування в Інтернеті та соціальних мережах;
- варто зосереджуватись на якісному, а не кількісному медіаспоживанні;
- потрібно розвивати навички критичного мислення та аналізу інформації;
- доцільно вивчати основні принципи роботи медіа та медійної маніпуляції;
- варто обирати контент, який стимулює позитивні емоції та збагачує знання, та відмовлятися від споживання контенту, що викликає стрес чи негативні емоції;
- потрібно планувати активності, які не пов'язані із споживанням медіа;
- слід висловлювати свої емоції та обговорювати враження від медіа з рідними та близькими;
- варто чітко визначити цілі при споживанні медіа та відповісти на питання, чи вони відповідають потребам.

Ці методи можна комбінувати та адаптувати відповідно до власних потреб і обставин, щоб забезпечити баланс та позитивний вплив медіа на життя користувача.

Висновки. Здорове медіаспоживання під час війни стає особливо важливим, оскільки інформаційний контекст може бути напруженим та емоційно виснажливим. Відмінне володіння інформацією та вміння розумно вибирати контент допоможуть знизити вплив стресових ситуацій на психічне благополуччя людини.

Керівник – к.е.н., доц. Людмила Закревська

37. Використання лідів у сфері зв'язків з громадськістю

Владислава Нізовських

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В епоху інформаційного шуму, коли увага аудиторії стає дедалі ціннішим ресурсом, фахівці з PR постійно шукають ефективні методи донесення своїх меседжів до цільової аудиторії. Лід – саме такий метод, короткий, але чіткий текст, що використовується для залучення уваги читача та спонукання його до певної дії.

Матеріали і методи. Для досягнення поставлених цілей дослідження використовувались такі методи: аналіз наукової літератури, вивчення кращих практик, аналіз статистичних даних.

Результати. Дослідження Content Marketing Institute показує, що 70% читачів вирішують читати статтю або ні, враховуючи лише лід. Це свідчить про вирішальне значення лідів для успіху PR-кампаній. Статистичні дані підтверджують важливість лідів у PR: 43% людей, які прочитали лід, переходять на повну статтю, 60% з них краще запам'ятовують бренд, а 72% готові поділитися лідом з іншими [1].

Існують різні типи лідів, такі як інтригуючий, новинний та ціннісний, кожен з яких має свою мету та ефективність. Ефективний лід повинен бути коротким, цікавим, інформативним і переконливим [2].

Ліди, як важливий інструмент у сучасному PR, не тільки привертають увагу аудиторії, але і можуть суттєво впливати на її сприйняття інформації. Вони мають потужний емоційний заряд, який може викликати різні реакції та асоціації у читачів.

Під час створення лідів слід уникати загальних та банальних висловлювань, які не зацікавлять аудиторію. Важливо виявити унікальність та оригінальність у своїх текстах, щоб виділитися серед конкурентів та привернути увагу цільової аудиторії.

Помилки в лідах можуть призвести до втрати інтересу аудиторії або навіть до негативного сприйняття бренду. Тому важливо проводити аналіз ефективності лідів та вдосконалювати їх для досягнення кращих результатів.

Зміна трендів та підходів у сфері комунікацій може впливати на ефективність лідів у PR. Таким чином, фахівцям по зв'язках з громадськістю слід постійно вдосконалювати свої навички та стежити за нововведеннями у цій галузі. Адаптація до змін допоможе зберегти конкурентну перевагу та підвищити результативність PR-стратегій.

Лід може бути дуже різноманітним і креативним. Наприклад, використання загадкового запитання може зацікавити читача та спонукати його дізнатися більше. Наприклад, "Що станеться, якщо ви відкриєте ці двері?". Цей лід залишає читача в інтригу та стимулює його продовжити читати, щоб дізнатися відповідь.

Також можна використовувати гумористичний підхід, щоб привернути увагу. Наприклад, "Чи знаєте ви, що коти не тільки володіють світом Інтернету, але й мають плани щодо завоювання реального?" Такий лід може викликати посмішку та зацікавленість у читачів.

Важливо експериментувати з різними типами лідів і адаптувати їх до конкретної ситуації та аудиторії.

Висновки. Ліди виявляються вирішальним елементом у сфері зв'язків з громадськістю, згідно з дослідженням Content Marketing Institute, яке показує, що 70% читачів вирішують читати статтю або ні, враховуючи лише лід.

Керівник – доц. Данкеєва О.М.

38. Соціальна реклама під час воєнних дій

Євгенія Горбач

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Соціальна реклама є важливим чинником соціалізації, оскільки вона формує громадську думку та висвітлює вагомі проблеми суспільства також соціальна реклама може закликати до об'єднання, популяризувати українське, розповсюджувати ідеї, які важливі для суспільства, формувати патріотичний настрій та бажання, задля діяльності, яка приносить користь державі.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати. Воєнний час вимагає від соціальної реклами змін. Починаючи від аналізу потреб суспільства, соціальна реклама має відображати зміни та звертати увагу на актуальні проблеми та вимоги населення. Реклама почала надавати інформацію про заходи безпеки та місця для надання фізичної та психологічної допомоги. Окрім цього почалося наголошення про важливість перевірки джерел інформації та протидії дезінформації.

Засобом поширення соціальної реклами в більшості випадків є зовнішня реклама та інтернет-реклама.

Використання звернень та гасл від Збройних Сил України та використання тексту з мотивами підтримки підкреслює, що український народ виступає і бореться за мир.

Соціальна реклама не тільки висвітлює проблеми та події, але й залучає громадян до активної волонтерської діяльності. Після початку повномасштабного вторгнення, соціальна реклама стала потужним засобом поширення волонтерської діяльності. Найбільшим розміщенням соціальної реклами про волонтерство є зовнішні рекламні щити. Інформація, яка там міститься наголошує про діяльність та можливості волонтерства. Така соціальна реклама була і буде ефективною та впливовою, оскільки вона підвищує свідомість громадян та залучає до допомоги.

Висновки. Отже, соціальна реклама має вплив та значення для українського народу, вона спрямовує увагу на проблеми, які виникли в воєнний час. Вона допомагає захистити себе та інших, що сприяє підвищенню громадянської активності.

Література.

1. Брезгунова Л. Як змінилась соціальна реклама після початку повномасштабного вторгнення? 2022.

<https://pressassociation.org.ua/ua/yak-zminilas-soczialna-reklama-pislya-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya/>

2. Хода Л. Д. Мовні особливості зовнішньої реклами України в умовах воєнного часу. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. . 2022 Т. 33 (72) № 5 Ч. 1 С.-81-86

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.

39. Схожі риси та відмінності між біржовим і позабіржовим ринками

Вячеслав Герасименко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У біржовій сфері існує два види ринків: біржовий та позабіржовий, кожний із яких є складовою сучасних ринків капіталу – фондового, грошового і деривативних фінансових інструментів [1].

Матеріали і методи. При написанні тез використовуються різні методи та матеріали, які допомагають розкрити сутність біржового і позабіржового ринків, виявити розбіжності між ними: методи порівняння допомагають співставити ринки; методи аналізу та синтезу забезпечують узагальнення видів торгівлі біржовими активами; спеціальні методи дослідження використовуються при визначенні місця кожного виду ринків у біржовій діяльності.

Результати. Біржовий та позабіржовий ринки — це два типи ринків, на яких здійснюється торгівля цінними паперами, товарами чи іншими активами. Біржовий ринок – це організований ринок, де торгівля відбувається через централізовану біржу: товарну, фондову чи валютну. Позабіржовий ринок, навпаки, є децентралізованим ринком, де угоди укладаються безпосередньо між учасниками, без посередництва біржі. Базовими активами (предметом угоди) обох видів ринків є цінні папери, продукція, валюта, золото та дорогоцінні каміння – це те, що об'єднує ці два види ринків. Переважно основні відмінності між біржовим та позабіржовим ринками полягають у їх організації, характері угод та регулюванні: на біржовому ринку угоди укладаються через відкритий аукціон, де покупці та продавці виставляють замовлення через брокера біржі. На позабіржовому ринку угоди можуть укладатися приватно між учасниками, без посередництва біржі.

У світовій практиці біржові ринки піддаються чіткому регулюванню державними органами, якими переважно є комісії – в Україні це Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Позабіржові ринки менше піддаються державному регулюванню або регулюються в інший спосіб, наприклад, через саморегулюючі організації. Біржовому ринку притаманна висока прозорість та ліквідність, оскільки торгівля відбувається за стандартними правилами. Позабіржові ринки можуть бути менш прозорими та менш ліквідними, особливо на ринках, де укладається менша за обсягом і кількістю угод або там, де торгівля відбувається приватно. Біржова діяльність на ринках здійснюється за правилами, які запропонувала Група 30: цілісність, централізація, прозорість, електронний обіг цінних паперів, захист інвестора, відповідність обігу цінних паперів загальноприйнятим міжнародним стандартам, а також принципам, які відповідають вітчизняному менталітету розвитку економіки: контрольованість, конкурентність, правова упорядкованість та інші. Усі види діяльності біржового і позабіржового ринків, яких відповідно до Закону [1] нині нараховується сім, відносяться до професійних.

Висновки. Ринки капіталу, складовими яких є біржові та позабіржові ринки, відіграють важливу роль у світовій економіці, забезпечуючи можливість купівлі та продажу різних активів для інвесторів та інших учасників ринків.

Література

1. Закон України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text3480-IV>, редакція від 01.01.2024. (дата звернення: 12.03.2024).

Керівник – ст. викл. Еш С.М.

40. Значення соціальних мереж в роботі сучасного PR-фахівця

Єлизавета Забродська

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. В сучасному світі соціальні мережі стали необхідним інструментом для PR-фахівців, які використовують їх для позиціонування бренду, взаємодії з аудиторією та формування репутації.

Матеріали і методи. Аналіз найбільш активних цільових груп користувачів Instagram, Facebook, Tik Tok на базі статистичних матеріалів; порівняльний аналіз кількості охоплень користувачів соціальних мереж на місяць; визначення контенту, що доцільно розповсюджувати; визначення завдань PR-спеціалістів, які вирішують соціальні мережі методом узагальнення.

Результати. Сучасний PR-фахівець використовує соціальні мережі у своїй роботі на постійній основі. Instagram, Facebook та TikTok є найбільш популярними та ефективними платформами для просування бренду, підвищення його репутації та швидкої комунікації з аудиторією. За даними «Phyllo» - агенції, що займається дослідженням та збереженням статистичних матеріалів, найактивнішою цільовою аудиторією Instagram є молоді люди віком від 16 до 35 років, серед яких: лідери думок, бренди та їх покупці. Основними користувачами Facebook на сьогодні є люди 25-55 років, найпопулярніші групи – бізнес та спеціалісти різноманітних галузей. Щодо TikTok, то тут переважають акаунти брендів, творці вірусного контенту та молоді музиканти; вік найактивніших користувачів – 14-30 років[1]. За даними статистики «Search Logistiks» станом на кінець 2023 року найбільшу кількість аудиторії охоплює Facebook, близько 2,9 мільярдів користувачів на місяць. Instagram має аудиторію 1,4 мільярди користувачів. 1 мільярд людей щомісяця користується TikTok [2]. Враховуючи формати платформ, у TikTok найдоцільніше поширювати короткі відеоролики: гумористичні та пізнавальні матеріали тощо. Instagram в першу чергу націлений на візуальну складову, саме тому варто поширювати візуально привабливі матеріали. У Facebook найбільш ефективним є публікація візуального та текстового контенту, новин. Instagram також є центром онлайн продажів та найкращим варіантом для комунікації зі споживачами. За допомогою TikTok можна досить швидко зібрати аудиторію без фінансових вкладень у рекламу. Facebook же вирішує питання створення спільнот та розповсюдження інформації.

Висновки. Сучасний PR-фахівець активно кожну з проаналізованих платформ, що відіграють важливу роль у побудові та просуванні бренду, забезпечуючи широкі можливості для ефективної комунікації та реклами.

Література:

1. Instagram demographics in 2023: Key audience and creators statistics
URL: <https://www.getphyllo.com/>
2. TikTok user statistics 2024: everything you need to know
URL: <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/>

Керівник – доц. Данкеєва О.М.

41. Рекламна стратегія просування компанії McDonald's в інтернеті

Ігор Лунєка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Світовий бренд у галузі швидкого харчування McDonald's має широкі можливості рекламного та маркетингового просування. Особливу роль у сучасній рекламній стратегії компанії відіграє реклама в інтернеті.

Матеріали і методи. Матеріалом дослідження обрано рекламну діяльність МакДональдз. Для досягнення поставлених цілей у роботі використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати. Компанія McDonald's у своїй комунікації орієнтується на молоду аудиторію. Зрозуміло, що бренд розвиває ті соціальні мережі, де цільова аудиторія проводить найбільше часу – це Instagram, TikTok, Twitter (X), Facebook та YouTube. Дописи у цих соціальних мережах дещо відрізняються. Наприклад, в Instagram публікують жартівливий контент, анонують новинки та відповідають на коментарі підписників з гумором, усі дописи звідси дублюються у Facebook. У TikTok публікуються веселі відео під трендові звуки та локальні жарти, що пов'язані з діяльністю McDonald's. Також у TikTok популярною є рубрика «Як ми готуємо», де за запитом підписників працівники демонструють процес приготування певної страви з меню. У Twitter (X) публікуються доволі прості дописи, часто без особливого сенсу. А ось YouTube-канал компанії використовує лише як майданчик для рекламних роликів, тут можна побачити всі рекламні ролики бренду з 2009 року. Такий собі рекламний архів бренду.

Для свого просування компанія використовує також таргетовану рекламу, яка активізується перед запуском нового продукту. Таким чином компанія анонує вихід новинок та може охопити більше цільової аудиторії. McDonald's майже не співпрацює зі знаменитостями, у них є власні амбасадори, які з'являються у брендовому відео-контенті.

Бренд точно має свій індивідуальний та впізнаваний дизайн. Він «просторий», яскравий та сучасний. Голос бренду приємний та дружній, він спілкується з аудиторією ввічливо, але з гумором. Якщо виникають якісь питання чи побажання, клієнти пишуть та отримують відповідь. Це добре, бо коли аудиторія розуміє, що може бути почутою, це позитивно впливає на прихильність до бренду.

Досліджуючи також закордонні сторінки McDonald's, встановлено, що стиль ведення соціальних мереж, взаємодії з аудиторією та просування в Інтернеті є доволі схожими. Але відрізняється активність у просуванні. Закордонні відділи співпрацюють із зірками, музикантами, іншими брендами. У нашій країні заклад майже не створює інфоприводів, реклама не дуже запам'ятовується. Пов'язуємо це з тим, що за кордоном McDonald's доводиться більш активно конкурувати з іншими брендами швидкого харчування та боротися за увагу й любов потенційних споживачів. Тоді як в Україні бренд займає найвищі позиції на ринку фастфуду і потреби у такому активному просуванні, скоріше за все, немає.

Висновки. Отже, компанія McDonald's вдало використовує різні інструменти рекламної комунікації, але саме інтернет-просування є найоптимальнішим через високий відсоток охоплення цільової аудиторії, яка після контакту з брендом в інтернеті має заохоті відвідати заклад. Дописи, стиль та вибір каналів комунікації МакДональдз свідчать про те, що компанія точно розуміє, з якою аудиторією можна взаємодіяти найефективніше.

Керівник – доц. Соловйова Ю.Є.

42. Інтернет-маркетинг як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємств

Володимир Пстухов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання конкурентоспроможності підприємств у контексті динамічних змін макро- та мікросередовища діяльності підприємств потребує значної переоцінки підходів до її забезпечення, чіткого визначення пріоритетів, розвитку новітніх підходів та імплементації сучасних інструментів підтримки, серед яких важливе місце належить інтернет-маркетингу.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувались методи спостереження, аналізу, систематизації та логічного узагальнення.

Результати. Події останніх років суттєво загострили багато проблем, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності підприємств. Через військові дії було втрачено значну кількість підприємств, частина підприємств були змушені провести релокацію своїх виробничих потужностей, відбулось руйнування або порушення продовольчо-збутових ланцюгів, виник дефіцит кваліфікованих кадрів. В цих умовах особливого значення набуває пошук новітніх дієвих методів та інструментів ефективного просування продукції. Бурхливий розвиток процесів діджиталізації, популярність і доступність інтернету, сучасний рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій зумовили активізацію застосування підприємствами інструментів інтернет-маркетингу.

Сучасний digital-маркетинг включає у себе безліч інструментів, основними з яких є:

- контекстна реклама;
- SMM (просування в соціальних мережах);
- SEO (пошукове просування сайтів);
- контент-маркетинг;
- E-mail маркетинг [1].

Використання таких інструментів, з одного боку, зумовлює швидке надходження інформації і характеризуються зручністю для споживачів. З іншого боку, підприємства також мають можливість оперативно коригувати та доповнювати свої пропозиції, швидко адаптуючись до нових умов. Крім того, за допомогою інструментів інтернет-маркетингу можна ефективно взаємодіяти із цільовою аудиторією, отримуючи зворотній зв'язок та, дізнаючись думку споживача, швидко та ефективно регулювати відповідні параметри бізнес-діяльності.

Загалом використання інструментів інтернет-маркетингу розширює можливості забезпечення конкурентоспроможності підприємств за рахунок концентрації впливу на цільову аудиторію, високого ступеню персоналізації та суттєвого зменшення витрат на розміщення контенту порівняно із використанням традиційних інструментів та можливості відстеження ефективності інтернет-маркетингу.

Висновки. Таким чином, тенденція посилення використання різноманітних сучасних інструментів інтернет-маркетингу позитивно впливає на забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Література

1. 5 інструментів інтернет-маркетингу, про які повинен знати кожен власник бізнесу.
URL: <https://www.itk-agency.com/5-instrumentiv-internet-marketyngu/> (дата звернення: 11.03.2024).

Керівник – професор, д.е.н. Лариса Страшинська

43. Особливості формування рекламної кампанії для Національного університету харчових технологій

Владислава Нізовських, Пилип Доценко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Реклама є особливою частиною просування, адже саме за допомогою неї відбувається набуття впізнаваності та розвитку бренду. Тому розроблення рекламної кампанії для Національного університету харчових технологій є важливим етапом, який може допомогти в просуванні як самого закладу вищої освіти (ЗВО), так і освітніх послуг, що ним надаються.

Матеріали і методи. Для досягнення поставлених цілей дослідження використовувались такі методи: аналіз, синтез, систематизація та узагальнення отриманих даних.

Результати. Для того щоб розуміти, яку саме рекламну кампанію потребує Національний університет харчових технологій, варто зрозуміти його цільову аудиторію. Правильне розуміння ЦА є одним із ключів успіху реклами. Основними споживачами будуть абітурієнти 15-17 років, які обирають майбутній університет, та їх батьки. Зосередимось на цільовому сегменті, який складають абітурієнти.

Розуміючи те, що обрана цільова аудиторія є молодістю, важливо обрати платформи для рекламної кампанії. Найкращими варіантами для такої юної категорії споживачів будуть соціальні мережі, такі як:

1. Instagram; 2. TikTok; 3. YouTube.

Даний перелік соціальних мереж є ключовим для сучасної молоді, так як це платформи, які вони використовують найбільше. Для Національного університету харчових технологій це стало б ідеальним варіантом просування навчальних послуг саме для абітурієнтів.

Важливо розуміти, що НУХТ вже має свої соціальні мережі і поступово набирає популярність. Але більша частина контенту націлена саме на студентів, що не завжди буде актуально для абітурієнтів. Тому доцільно було б створювати контент, який би зацікавив саме цю цільову аудиторію. А також просувати його за допомогою такого інструменту як таргетинг. Проте при створенні таргетованої реклами слід враховувати певні нюанси. Так як НУХТ є багатопрофільним вищим навчальним закладом, то в рекламі ми не можемо показати лише одну певну спеціальність. Потрібно зробити так, щоб висвітлити всі, і найкращим варіантом буде створення акценту в рекламному повідомленні на те що, ЗВО має великий перелік спеціальностей і споживач має вибір та може бути ким завгодно: від кухаря до економіста. А також показати, окрім цікавого навчання, ще й активне студентське життя і можливості розвитку своїх талантів в стінах університету. Така б реклама могла привернути увагу цільової аудиторії і здатися їй привабливою, так як вона несе в собі важливі для них меседжі.

Знаючи свою цільову аудиторію, платформу, ціль рекламної кампанії та що саме слід рекламувати і з якою метою, ми можемо створити рекламу, яка принесе успіх та потенційних здобувачів вищої освіти в майбутньому.

Висновки. Визначивши основні елементи створення рекламної кампанії для Національного університету харчових технологій, можна сказати, що для закладу вищої освіти просування є основним елементом залучення абітурієнтів та підвищення своєї впізнаваності.

Керівник – професор, д.е.н. Ольга Петухова

44. Маркетингова політика просування у сфері спорту

Олександр Розумей

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Спортивний маркетинг орієнтований на просування товарів та послуг, пов'язаних із спортом. Дослідження механізмів просування у сфері фізичної культури та спорту в сучасних ринкових умовах є актуальним для розвитку цієї сфери.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використано методи аналізу та узагальнення отриманих даних. Матеріалами дослідження слугували наукові публікації в сфері спортивного маркетингу, дані Інтернет-ресурсів та власний досвід.

Результати. Перспективи розвитку спорту загалом та окремих його видів у значній мірі залежать від успішності маркетингової діяльності, метою якої є просування товарів та послуг на ринок та отримання максимального прибутку шляхом використання різноманітних інструментів [1]. Проведений аналіз визначив можливі засоби просування у спортивній індустрії: зовнішня банерна реклама, співпраця з блогерами, використання веб-сайтів та соціальних мереж, а також стимулювання збуту через роздачу флаєрів тощо.

Зовнішня банерна реклама. Рекламні банери на спортивних заходах мають вищі коефіцієнти конверсії порівняно з традиційними форматами реклами, особливо під час великих спортивних подій. Це привертає увагу широкої аудиторії та забезпечує ефективну комунікацію з потенційними клієнтами.

Просування через блогерів: дослідження показують, що партнерство з популярними блогерами може значно збільшити аудиторію та залучити нових шанувальників. Було доведено, що спільні кампанії з блогерами для просування спортивного бренду чи події часто викликають більше цікавості та взаємодії з молодшою аудиторією.

Спортивні ставки та гейміфікація: легалізація спортивних ставок створює нові можливості для спортивних маркетологів. Вони активно використовують гейміфікацію, щоб зробити спорт більш захоплюючим для вболівальників, і встановлюють партнерські відносини з платформами спортивних ставок.

Веб-сайти та соціальні мережі: активне використання соціальних медіа для просування спортивної події чи бренду може охопити ширшу аудиторію, особливо молодь. Спортивні організації та бренди, які ефективно використовують соціальні медіа для спілкування зі своєю аудиторією та створення віртуальних спільнот, привертають більше уваги та залучають нових шанувальників.

Інтеграція інноваційних підходів, таких як співпраця з блогерами та активне використання соціальних медіа, може значно підвищити ефективність маркетингових кампаній у спортивному секторі, що призводить до збільшення уваги до бренду чи події.

Висновки. Результати дослідження свідчать про значимість різноманітних інструментів просування у спортивній індустрії і про доцільність поєднання кількох інструментів у рекламній кампанії.

Література.

1. Задорожна О.Р., Хіменес Х.Р., Нерода Н.В. Спортивний маркетинг: стан та перспективи досліджень. *Вісник Чернігів. нац. пед. ун-ту ім. Т. Г. Шевченка. Вип. 129 (1).* Чернігів. 2015. с. 94–98.

Керівник –доц. Ткачук С.В.

45. Основні відмінності між брендом і торговою маркою

Іван Духновський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Бренд дозволяє підприємству відрізнитися від конкурентів і надавати споживачам особливу ідентичність або обіцянку. Це може включати якість продукту, послуги, репутацію, історію компанії тощо. Економічне середовище має великий вплив на бренди, а також на поведінку споживачів.

Матеріали та методи. Методологічною основою дослідження є системний підхід до розкриття економічної сутності понять «бренд» та «торгова марка». Вирішення поставленого завдання досягнуто на основі застосування загальнонаукових методів: наукової абстракції, аналізу та синтезу, порівняння, вибіркового обстеження й групування, а також індукції та дедукції.

Результати та обговорення. Термін «бренд» є похідним словом від «brande», що має значення «ставити клеймо». Товар з клеймом виділявся серед аналогічних, набуваючи індивідуальності. Продукція з брендом завжди продається за вищою ціною. Бренд – це «набір реальних і віртуальних думок, виражених в торговій марці, який, якщо ним правильно керувати, створює вплив і вартість» [2].

Бренд і торгова марка є двома поняттями, які часто використовуються як синоніми, але вони мають різні значення та функції. Наведемо основні відмінності між ними:

1. Відмінності щодо змісту бренду: Бренд - це більше ніж просто назва або логотип. Він включає в себе усі аспекти ідентичності підприємства, такі як цінності, культура, історія, якість продуктів або послуг, спосіб взаємодії з клієнтами тощо. Бренд створює емоційне підґрунтя і зв'язок зі споживачем.

2. Торгова марка, як частина бренду. Торгова марка, зазвичай, є частиною бренду і відображається у вигляді логотипу, назви продукту або послуги, що служить ідентифікацією конкретного товару чи послуги. Торгова марка може бути підмаркою бренду або конкретним продуктом, який випускається під певною назвою.

3. Сфера застосування. Бренд може охоплювати більше одного продукту чи послуги, створюючи цілісну ідентичність компанії. Торгова марка, зазвичай, відноситься до конкретного товару чи послуги.

4. Створення цінності. Бренд створює цінність для компанії, забезпечуючи конкурентні переваги та відмінне сприйняття споживачами. Торгова марка, як правило, служить для ідентифікації та відрізнення продуктів чи послуг на ринку.

Нині споживачі чудово обізнані та роблять усвідомлений вибір, для того, щоб клієнти були лояльними та з метою підтримки лідерських позицій в довгостроковій перспективі, компанія повинна постійно працювати над цінністю свого корпоративного бренду і забезпечувати його підтримку.

Висновок. Отже, хоча торгова марка є складовою частиною бренду, бренд охоплює більше аспектів, включаючи емоційний зв'язок і спосіб сприйняття компанії чи продуктів споживачами. Використання бренду, на відміну від товару, не зводиться до фізичного задоволення потреб та потреб споживачів, а також не обмежується функціональним контекстом споживання.

Література

1. Що таке бренд і брендинг? ULR: <https://ideadigital.agency/blog/shho-take-brand-ta-branding/>
2. Chukurna O.P. Brand positioning strategy on the basis of quality perception: different markets B2B and B2C. Економіка: реалії часу. 2017. № 1 (29). С. 135-142.

46. Принципи формування стратегії візуальної комунікації підприємства

Михайло Арич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах ведення господарської діяльності підприємств харчової промисловості особливо велике значення займає їх стратегія візуальної комунікації як складової загальної маркетингової політики. Тому наразі особливо важливим завданням є визначення та аналіз принципів формування стратегії візуальної комунікації як складової маркетингової політики підприємства.

Матеріали та методи. Основними методами, які були використані для дослідження були методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати і обговорення. Аналіз принципів формування візуальної комунікації підприємства як складової його маркетингової політики є актуальною темою сьогодні, а тому над її дослідженням працювало і продовжують працювати багато вчених як в Україні, так і закордоном. Наразі вискоєфективне формування стратегії візуальної комунікації повинно здійснюватися з дотриманням таких принципів, які нерозривно пов'язані із інноваціями маркетингової комунікації.

Отже, у сучасних умовах господарювання принципи формування стратегії візуальної комунікації забезпечуються на основі наступних інновацій:

- 1) збільшення кількості споживачів, а також зростання частки постійних, тобто латентних споживачів продукції;
- 2) можливість застосування нетипового (індивідуального) підходу до пошуку напрямів вирішення поставлених завдань (проблем);
- 3) наявність можливості збільшення частки ринку за найменший період;
- 4) використання рекламних повідомлень ненав'язливим способом;
- 5) зростання рівня лояльності споживачів продукції, а також врахування запитів клієнтів при формуванні відповідних баз даних;
- 6) зменшення витрат на рекламу на основі використання сучасних цифрових методів та інструментів.

Також варто відмітити, що принципи формування стратегії візуальної комунікації повинні враховувати сферу розповсюдження візуальних повідомлень; способи реалізації візуальних повідомлень; мету візуальних повідомлень, а також засоби візуальної комунікації.

Висновки. Таким чином, особливу важливу роль для забезпечення дотримання принципів формування стратегії візуальної комунікації підприємств відіграють емоції, які викликають дані візуальні повідомлення. Так, на рівень запам'ятованості продукту впливають негативні, нейтральні, а також позитивні емоції.

Література

1. Suphan Nasir. Customer Retention Strategies and Customer Loyalty. USA: Business Science Reference, 2015. P. 244-267.
2. Гальчинська О. С. Дизайн-проектування основних компонентів айдентики бренду [Текст] / О. С. Гальчинська // Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. - Київ : КНУТД, 2022. - С. 149-169.
3. Шандрівська О. Є. Прикладні аспекти дослідження ринку дизайну на маркетингових засадах / О. Є. Шандрівська, А. М. Кіра // Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development. - 2022. - Vol. 4, numb. 1. - С. 177-188.

20.7.

International economics

Chairperson – professor Svitlana Gutkevych

Secretary – professor Oksana Zanozovska

20.7.

Міжнародна економіка

Голова – професор Світлана Гуткевич

Секретар – Оксана Занозовська

1. Вирішення проблем харчування людства у XXI столітті

Мирослава Колч

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У XXI столітті людство стикається з безпрецедентними викликами в галузі харчування. Зростання населення, зміни клімату, нерівномірний доступ до ресурсів і землі, створюють проблеми, які потребують негайного розгляду та розв'язання.

Матеріали і методи. Використано метод аналізу, порівняння, узагальнення.

Результати. Аналіз економічних аспектів показав, що розв'язання проблем харчування вимагає комплексного підходу, який включає в себе:

- підвищення стійкості сільського господарства. Зростання продуктивності та стійкості до змін клімату вимагають інвестицій у новітні технології, дослідження та розвиток сільськогосподарського сектору. Інвестиції в розвиток точного землеробства зменшення використання хімічних речовин;

- зменшення продовольчих відходів. Важливо розробляти та впроваджувати стратегії, спрямовані на зменшення втрат та відходів харчових продуктів, а також забезпечення стабільності харчових систем у вирішенні кризових ситуацій, таких як глобальні пандемії або екологічні катастрофи;

- покращення доступу до продовольства. Розвиток сільської інфраструктури, соціальні програми, субсидії;

- сприяння здоровому харчуванню. Освітні кампанії, податкові стимули, регулювання реклами;

- сприяння малому та середньому бізнесу: Створення умов для розвитку малих та середніх сільськогосподарських підприємств може сприяти розвитку локальних громад та забезпечити доступ до харчових продуктів для сільського населення.

- забезпечення доступності та рівноправності: Важливо враховувати інтереси найбільш вразливих груп населення, таких як люди з низьким рівнем доходу або місцеві спільноти, та забезпечувати їм доступ до якісних та поживних харчових продуктів.

Висновки. Аналіз економічних аспектів проблеми харчування у XXI столітті свідчить про необхідність підвищувати продуктивності сільськогосподарського сектору, розвиток інфраструктури, розширення міжнародної торгівлі та зменшення втрат і відходів є важливими стратегіями для досягнення цілі сталого харчування. Крім того, важливо створити сприятливі умови для розвитку малого та середнього підприємництва в аграрному секторі. Реалізація цих стратегій потребує спільних зусиль та відповідальності всіх зацікавлених сторін. Тільки за умови комплексного підходу та ефективного використання ресурсів можна досягти значних покращень у галузі харчування та забезпечити стале харчування для майбутніх поколінь.

Література

1. Міжнародні економічні аспекти вирішення глобальних проблем: екологічної, продовольчої, ресурсно-енергетичної. Access <http://www.student-works.com.ua/kursovi/bjd/1031.html>

2. Глобальні проблеми людства: визначення, виникнення та шляхи вирішення. Access <https://osvita.ua/vnz/reports/ecology/21309/>

2. Економічні аспекти сталого розвитку в аграрному секторі

Дарина Лебедюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сільськогосподарський сектор підтримує економіку багатьох країн, але стикається з такими проблемами, як збереження ресурсів та продуктивність. Дослідження економічних аспектів сталого розвитку в цьому секторі відіграють важливу роль у забезпеченні його стійкості та життєздатності.

Матеріали і методи. Використано метод структурно-логічного аналізу, узагальнення, порівняння.

Результати. Аграрний сектор відіграє важливу роль у глобальній економіці, забезпечуючи продовольство та сировину для промисловості. Проте, збереження цієї галузі вимагає збалансованого підходу до економічних аспектів, який би враховував не лише поточні, а й майбутні потреби суспільства.

Перш за все, сталий розвиток аграрного сектору вимагає ефективного використання ресурсів. Це означає мінімізацію втрат землі, води та енергії шляхом впровадження передових технологій та методів вирощування. Застосування таких практик не лише зменшить витрати фермерів, але й забезпечить сталу продуктивність землі на довгострокову перспективу. По-друге, сталого розвитку полягає в інвестиціях у дослідження та розвиток. Важливо підтримувати наукові дослідження та інновації, спрямовані на покращення якості та врожайності культур, а також на розробку ефективних методів контролю шкідників та хвороб. Інноваційні підходи допоможуть аграрному сектору адаптуватися до змін клімату та інших викликів. По-третє, це стимулювання розвитку сільських громад. Забезпечення доступу до освіти, охорони здоров'я та інфраструктури в сільських районах сприятиме збільшенню життєздатності цих територій. Підтримка малих фермерських господарств та розвиток місцевих ринків також є важливими елементами сталого розвитку. Четверта складова полягає в управлінні ризиками. Зміни в кліматі, ринкові коливання та інші чинники можуть створювати значні ризики для аграрного сектору. Ефективне управління цими ризиками включає розвиток страхових продуктів, резервування та інші заходи для зменшення впливу негативних подій на господарства.

Економічний аспект сталого розвитку аграрного сектору вимагає сприяння справедливому та екітабельному розподілу прибутків. Це означає створення умов для того, щоб всі учасники аграрного ланцюга, від фермерів до споживачів, отримували справедливий винагороду за свою працю та продукти.

Висновки. Сталий розвиток аграрного сектору вимагає комплексного підходу, який би поєднував економічні, соціальні та екологічні аспекти. Лише такий підхід дозволить нам забезпечити сталість аграрного виробництва на довгострокову перспективу

Література

1. Червінський-Івашура О. Л. Сталий розвиток аграрного сектору: парадигма для України. / О. Л. Червінський-Івашура // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. - 2013. - Вип. 181(4). - С. 321-331. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnu_econ_2013_181%284%29_54
2. Меглей В.І. Перспективи сталого розвитку вітчизняної системи аграрного господарювання: економічні, соціальні, екологічні виміри. Науковий вісник Херсонського держ.; і саві-ного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Випуск 24 (ч. 1). С. 69-72.

3. Фінансовий ринок в умовах глобалізації

Ярослава Грінченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Взаємодія екологічної політики та фінансового ринку є важливим напрямом для досягнення сталого розвитку та забезпечення екологічної стійкості. Фінансовий ринок впливає на екологію через розподіл капіталу, інвестиційні рішення та створення фінансових інструментів, тоді як екологічна політика регулює діяльність підприємств і визначає стандарти екологічної відповідальності. Нами розглянуто основні напрями взаємодії між екологічною політикою та фінансовим ринком.

Матеріали і методи. Використано метод аналізу, монографічний, статистичний аналіз.

Результати. Зелений фінансовий ринок є одним із основних шляхів взаємодії у сучасному економічному середовищі. Розвиток цього ринку включає виникнення екологічно орієнтованих інвестицій, облікових стандартів та фінансових інструментів, спрямованих на зниження впливу підприємств на довкілля.

Для підтримки зеленого фінансового ринку уряди можуть встановлювати податкові пільги та інші стимули для екологічно чистих інвестицій. Однак, крім цього, важливим елементом взаємодії екології і фінансового ринку є встановлення стандартів екологічної звітності для підприємств. Зобов'язання підприємств повідомляти про свій вплив на довкілля визначає їхню привабливість для інвесторів та може впливати на їх фінансовий стан. Важливо враховувати екологічні ризики, такі як зміни клімату, які можуть мати прямий вплив на фінансовий ринок. Збільшення екологічних катастроф може призвести до фінансових затрат, особливо для компаній, які не враховують екологічні аспекти у своїй стратегії. З іншого боку, виникнення нових технологій та ринків, пов'язаних із зеленими технологіями, може створювати нові можливості для інвесторів. Зменшення екологічних ризиків сприяє стабільності бізнес-середовища, що в свою чергу користується Зелений фінансовий ринок Стандарти екологічної звітності Ризики та можливості

Висновки. Зростання екологічної свідомості також призводить до збільшення попиту на етичні інвестиції, які стають важливим фактором у розподілі капіталу на фінансовому ринку.

Література

1. Гуткевич, С. О. Інвестиції : підручник / С. О. Гуткевич, А. П. Гайдуцький ; за ред. С. О. Гуткевич. – Київ : ДКС Центр, 2022. – 320 с.
2. Гуткевич С. О. Інвестування: міжнародний досвід. Монографія / С. О. Гуткевич, П. О. Сидоренко, А. С. Соломко, Р. Смик, В. Рябенко; за заг. ред. проф. Гуткевич С. О. – Харків «Діса плюс», 2017. – Т 2. - 216 с

4. Вплив міграційних процесів на економічний розвиток країни

Ілля Пільщіков

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Міграційні процеси в сучасних умовах розвитку економіки поширюються на світ. Це пов'язано з впливом економічних, політичних та соціальних факторів.

Матеріали і методи. Використано монографічний, статистичні методи. Інформаційна база: нормативно-законодавчі документи, монографії, наукові статті.

Результати. Є різні види міграції і одним із пріоритетних для нашої країни є освітня міграція. Військова агресія переростає у загрозу як економічного становища мільйонів людей, й сприяла активізації міграційних процесів, виїзду великої кількості громадян України в країни ЄС.

В післявоєнний період для відновлення економіки важливим є питання повернення мігрантів в країну. У зв'язку з цим потребує вирішення питання повернення громадян України. Ця проблема безпосередньо впливає на національну, зокрема економічну безпеку, оскільки актуалізує питання про те, «хто відновлюватиме країну після війни».

В умовах глобалізації спостерігається тенденція відтоку робочої сили у ЄС та США. Міграцію населення будуть посилювати й економічні чинники, такі як рівень заробітної платні, безробіття. Невпевненість у завтрашньому дні підштовхує працездатне населення до пошуку більш стабільних джерел доходу за кордоном, що дозволяє будувати плани стосовно свого майбутнього та майбутнього своїх дітей. До основних соціальних чинників, які спричиняють міграцію населення можна віднести умови праці, наявність можливостей для професійної самореалізації, якість системи освіти, доступність охорони здоров'я тощо. Міграція впливає на економічний розвиток країни так як спостерігається дефіцит працівників, старіння населення тощо. Країни-реципієнти розвиваються завдяки прибуттю кваліфікованих працівників, проте в країнах-донорах спостерігається «відплив мізків». У країнах призначення мігранти часто заповнюють прогалини на ринку праці та компенсують дефіцит робочої сили, спричиненої демографічними зрушеннями чи іншими чинниками. Для того, щоб потенційні переваги міграції були максимізовані та широко поширені, необхідною умовою є удосконалення міграційної політики. Стимулювати міграцію може глобалізаційний розвиток (розвиток нововведень, ноу-хау, поширення передових технологій, підвищення якості життя, поширення захисту громадських прав та основних свобод людини, поліпшення добробуту сімей, розширення можливостей вибору та доступу до нових ідей, знань, об'єднання зусиль людства у вирішенні глобальних проблем). Таким чином нерівномірність розвитку країн призводить до стимулювання міграційних процесів.

Висновки. Як показав аналіз, масштабна міграція внаслідок війни в Україні має значний негативний вплив як на саму Україну, так і на країни, які приймають переселенців. Соціальні, економічні та гуманітарні виклики, пов'язані зі збільшенням кількості переселенців, потребують комплексного підходу та спільних зусиль для забезпечення стабільності, підтримки та інтеграції тих, хто постраждав від війни. Значні обсяги внутрішньої міграції українців із зон бойових дій та тимчасово окупованих територій мають серйозний вплив на країну.

Література

1. Подра О., Петришин Н. Міграційні процеси в Україні: обсяги, причини та наслідки. *Economic Analysis*. 2021. Volume 31. No. 3

5. Проблеми виробництва продукції овочівництва в сучасних умовах

Оксана Занозовська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблеми виробництва продукції овочівництва на сучасному етапі загострюються у зв'язку із воєнним станом, так як частина територій областей, що виробляли найбільші обсяги продукції (Херсонська, Запорізька) знаходяться під окупацією або в зоні прифронтових дій. Це впливає на виробництво обсягів продукції, галузеву концентрацію та спеціалізацію.

Матеріали та методи. Використано статистичні методи аналізу, метод порівняння та узагальнення. Матеріали досліджень науковців та статистичні дані використано при дослідженні.

Результати. Скорочення виробництва продукції овочівництва в південних і східних областях значно більше, ніж скорочення споживання овочів у зв'язку з міграцією українців та падінням купівельної спроможності.

Серед основних проблем виробництва продукції овочівництва визначено такі: по-перше, це скорочення посівних площ. Аналіз показав, що обсяги посівних площ під овочеві культури у 2022 році скоротилися на 17,8 %, обсяги зібраних площ на 18,7 %. Це пов'язано з тим, що велика кількість посівних площ втрачено через військові дії, частина земель перебуває у прифронтових зонах, що унеможливило здійснення посівної кампанії [2].

По-друге, нестача оборотних коштів та матеріально-технічної бази.

По-третє, неефективне співвідношення між попитом і пропозицією. Ефективність функціонування овочівництва як галузі залежить від взаємодії між сільськогосподарськими, переробними та торговельними підприємствами.

По-четверте, необхідність відповідності продукції овочівництва європейським стандартам якості та безпеки. Необхідно впровадження на підприємствах системи сертифікації за світовими європейськими стандартами якості та безпеки. В сучасних умовах функціонування підприємств малого і середнього бізнесу в аграрному секторі пов'язане із поглибленням спеціалізації виробництва. Спеціалізація і кооперація як форми організації виробництва передбачають поєднання дрібних товаровиробників сільськогосподарської продукції.

Висновки. Аналіз показав, що існує ряд проблем у виробництві продукції овочівництва, які пов'язані як із воєнним станом, так і з розвитком галузі у довоєнний період. Проблеми виробництва продукції овочівництва вирішуються на основі галузевої спеціалізації, кооперації, планування діяльності підприємств та підвищення ефективності взаємодії між усіма ланками ланцюга поставок.

Література

1. Gutkevych S., Slobodian N. (2021). Investment Development of Agrarian Sector in Modern Conditions of Economic Development. Global Academics. Vol. 4 (14). Source: <https://www.i-journal.org/index.php?item=archive&id=14>
2. Русан В.М. Функціонування аграрного сектору в умовах війни / В. М. Русан // Інтелект ХХІ. - 2022. - № 2. - С. 13-16.

6. Експортна діяльність підприємств

Орина Лукіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Експортна діяльність дозволяє підприємству підвищити якість продукції, збільшити обсяги виробництва та розширити ринки збуту.

Матеріали і методи. Використано метод структурно-логічного аналізу, узагальнення.

Результати. Експортна діяльність (ЕД) – це один з найважливіших елементів господарювання. Експортній діяльності присвячено багато наукових праць, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Тому існує деяка розбіжність у визначенні поняття «експортної діяльності» та «експорту». Узагальнення поглядів багатьох авторів на сутність поняття ЕД дає змогу нам зазначити, що ЕД підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають продаж товарів з обов'язковим переміщенням їх через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції партнеру з-за кордону [1].

Згідно з ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність» експорт - продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів [2].

У результаті здійснення ЕД промислові підприємства можуть отримувати такі вигоди: використання надлишкових виробничих потужностей, які підприємства мають іноді у своєму розпорядженні, але які не користуються внутрішнім попитом; отримання більш високого прибутку. Завдяки відмінності конкурентного середовища на зовнішньому ринку від вітчизняного, виробник може вигідніше продавати свою продукцію; значний обсяг зарубіжного продажу, що робить національних виробників менш залежними від внутрішніх економічних умов; зменшення витрат виробництва, що пов'язано з покриттям умовно-постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції, підвищенням ефективності за рахунок досвіду, отриманого при виробництві великих партій продукції. На практиці існує тенденція до зменшення витрат на 20 – 30 % у випадку підвищення обсягів випуску продукції у 2 рази; розподіл ризику. Виробник може знизити коливання попиту, організовуючи збут на закордонних ринках, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари знаходяться на різних етапах життєвого циклу; досвід, отриманий підприємствами від експортної діяльності може стимулювати їх досліджувати нові іноземні ринки та спонукати до використання інших форм діяльності, таких, як створення спільних підприємств, ліцензування та прямих іноземних інвестицій («learning-by-exporting») [3].

Висновки. Отже, було розглянуто сутність поняття «експортна діяльність» та «експорт» та визначено, що це тривалий поетапний процес, який включає в себе: виготовлення та адаптацію товару для ринку збуту, а також переміщення його через кордон.

Література

1. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/inek_2013_5_18.pdf
2. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
3. Експортна діяльність підприємств: теоретичні аспекти дослідження [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf>

7. Сутність внутрішньо економічного механізму підприємств харчової промисловості

Ярослав Стадний

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах господарювання внутрішній економічний механізм підприємства набуває особливої актуальності, особливо в такій стратегічній сфері як харчова промисловість. Зростаючі вимоги до якості продукції, посилення конкуренції, необхідність швидкого реагування на зміну попиту та пропозиції впливають на підходи до управління та оптимізації виробничих процесів. Внутрішній економічний механізм підприємств є особливо важливим для ефективного функціонування підприємств.

Матеріали і методи. Використано метод науковий аналіз, за допомогою якого було проаналізовано наукової літератури, нормативної документації.

Результати. Внутрішній економічний механізм підприємств харчової промисловості є складною системою внутрішнього устрою та взаємозв'язків, спрямованою на досягнення стратегічних цілей та оптимізацію господарської діяльності.

Для підприємств харчової промисловості внутрішній економічний механізм відіграє валиву роль у забезпеченні ефективного виробництва, оптимізації витрат та забезпечення якості продукції. Він включає в себе різноманітні складові, такі як виробничі потужності, кадровий потенціал, фінансові ресурси, технологічні процеси та управлінські практики. Взаємодія цих елементів визначає ефективність діяльності.

Внутрішній економічний механізм підприємства характеризується структурною будовою, взаємозв'язками між елементами. Ці аспекти визначаються стратегією та цілями підприємства, а також внутрішніми та зовнішніми факторами, що впливають на його діяльність. Наприклад, зміни в ринкових умовах потребують адаптації внутрішнього механізму для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Внутрішній економічний механізм підприємств харчової промисловості є складною системою, що спрямована на досягнення стратегічних цілей та забезпечення ефективності виробництва. Його структура та функціонування визначаються специфікою галузі, внутрішніми процесами підприємства та впливом зовнішніх факторів.

Зовнішня сторона включає відносини з постачальниками, клієнтами, кредиторами, державними та приватними організаціями, а також загальні фінансові та організаційні питання. У свою чергу, внутрішній економічний механізм підприємства охоплює функціонування всіх його підрозділів та підсистем.

Ці дві складові - зовнішній та внутрішній економічні механізми - утворюють комплексну систему управління підприємством. Зовнішні взаємодії та внутрішні процеси взаємопов'язані та впливають одне на одного.

Висновок. Отже, внутрішній економічний механізм підприємств харчової промисловості відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного виробництва, оптимізації витрат та забезпеченні якості продукції. Взаємодія між зовнішніми та внутрішніми економічними механізмами створює комплексну систему управління, де їх взаємодія спрямована на досягнення стратегічних цілей та забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Гуткевич С. О. Внутрішній економічний механізм підприємства : підручник / С. О. Гуткевич, М. Д. Корінко, Ю. М. Сафонов, Д. В. Солоха, Л. А. Пунчак, О. В. Белякова; ред.: С. О. Гуткевич. - Київ : Діса плюс, 2015. - 555 с

8. Пріоритети розвитку української економіки

Володимир Бакулін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах особливої актуальності набувають питання підвищення конкурентоспроможності національної економіки, забезпечення її стійкості до зовнішніх економічних, соціальних та політичних ризиків та загроз, що посилюються у міжнародному середовищі, а також вибудовування нових моделей економічного розвитку.

Матеріали та методи. Використано методи наукової абстракції; сходження від простого до складного; логічного та системного підходів.

Результати. Розвиток економіки в умовах воєнного часу потребує чіткої державної стратегії, де успіх залежить від злагодженості і системності державної економічної політики та її націленості на конкретні показники якісних змін.

Питання стратегії і тактики відбудови національної економіки, її модернізації – це питання майбутнього України – сильної європейської країни з потужною промисловістю, в тому числі виробничо-промисловий комплекс, переробною промисловістю, що генерує значну частину доданої вартості, та розвиненим малим і середнім бізнесом, що забезпечує в першу чергу зайнятість населення.

Держава має взяти під контроль системоутворюючі галузі економіки: металургію, хімічну та вугледобувну промисловість, важке машинобудування, агропромисловий комплекс. Україна має ухвалити закони, що стимулюють експорт вітчизняних товарів. Безумовно, вирішення цих важливих питань має бути пов'язане з більш масштабною програмою довгострокового розвитку країни, тому Україні необхідно сформувати широкий суспільний консенсус щодо переконливої стратегії модернізації, що забезпечує умови для сталого соціально-економічного розвитку. Реалізація такої стратегії – грандіозна, копітка задача, виконати яку можна тільки з опорою на далекоглядне керівництво, всеосяжну підтримку громадян та справедливую систему розподілу суспільних благ. Проте, недоліки інституційних структур на фоні відсутності довгострокової стратегії розвитку суттєво обмежують темпи та масштаби модернізації економіки.

На тлі зниження попиту на деякі види традиційно експортованої Україною продукції та переходу країн, що розвиваються на внутрішнє споживання, нашої країні слід скоригувати свої позиції на глобальних ринках та переоснастити економіку з урахуванням такого роду перетворень. Всі галузі економіки потребують притоку нових великих інвестицій для підвищення рівня продуктивності та впровадження технологій.

Висновки. Україна визначила кілька пріоритетів економічних перетворень у стратегії розвитку. Реалізація всіх цих заходів потребує високого потенціалу та значних ресурсів. Тому співпраці з партнерами та інтеграції у світове співтовариство приділено першорядну увагу у багатьох цілях, сформульованих у стратегії розвитку української економіки.

Література

1. Плотніков О.В. Повоєнне відновлення України в контексті фрагментації світової економіки. *Економіка України* 2022. №12. С.3-12
2. Піляєв І.С. Трансформація глобалізаційних процесів у контексті наслідків повномасштабного російського вторгнення в Україну. *Економіка України*. 2022. № 7. С. 3–2

Section 21

Accounting and financial activity

Секція 21

Обліково-фінансова діяльність

21.1.

Accounting, auditing and analysis in enterprises

Chairperson – associate professor Olga Mykhailenko

Secretary – Tetiana Redziuk

21.1.

Облік, аудит та аналіз на підприємствах

Голова – доцент Ольга Михайленко

Секретар – Тетяна Редзюк

1. Як змінилась методика розрахунків по авансових звітах

Анна Бицюк, Ірина Кравченко

Національний університет харчових технологій

Вступ. Зміни в методиці розрахунків по авансових звітах свідчать про постійний розвиток фінансової облікової практики. Оновлена методика спрямована на точне та зручне подання фінансової інформації, що сприяє ефективному веденню обліку витрат та оптимізації процесу звітності.

Матеріали і методи. Методологічною основою стали методи збирання та порівняння інформації з наукових досліджень, а також узагальнення даних.

Результати. З 1 квітня 2023 року набрав чинності Закон № 2888 [2], який вніс зміни до пункту 170.9 Податкового кодексу України [3], що встановлює правила оподаткування суми надміру витрачених коштів / електронних грошей, отриманих фізичною особою – платником податку на відрядження або під звіт.

Згідно з оновленим підпунктом 170.9.4 ПКУ, авансовий звіт буде подаватися у наступних випадках:

- у випадку існування оподаткованого доходу, який визначається відповідно до підпункту 170.9.1 ПКУ, з метою розрахунку суми податку на доходи фізичних осіб (ПДФО), а отже, і внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

- у випадку, коли платник податку використовує готівку в межах, що перевищують суму добових витрат, включаючи отриману з використанням платіжних інструментів.

Тобто, якщо працівник повернувся з відрядження, представив всі необхідні документальні підтвердження про своє відрядження, включаючи витрати (якщо такі були), і повернув непотрачену суму коштів, то він не має оподаткованого доходу з цього відрядження. В такому випадку він не зобов'язаний подавати авансовий звіт.

Серед іншого, було змінено механізм звітування щодо коштів, наданих на відрядження або під звіт. Тепер, звіт складається до закінчення місяця, який настає після того, як платник податку:

- завершив відрядження;
- завершив виконання окремої цивільно-правової дії за дорученням та за рахунок особи, яка виділила кошти/електронні гроші під звіт.

Також відмітимо, що тепер працівник може підписувати авансовий звіт власноруч або (відповідно до вимог законодавства України) використати електронний цифровий підпис.

Висновки. Отже, зміни в методиці розрахунків по авансових звітах свідчать про поступовий перехід до більш точного та ефективного ведення обліку витрат, враховуючи нові правила оподаткування та сучасні технології, зокрема використання електронних цифрових підписів.

Література

1. Авансовий звіт 2023: нові правила складання. URL: <https://vchasno.ua/avansovyi-zvit/> (дата звернення: 28.02.2024).
2. Закон № 2888-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо платіжних послуг» від 12.01.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2888-20#Text> (дата звернення: 28.02.2024).
3. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 01.03.2024).

2. Аудит та управління кредиторською заборгованістю

Марія Духновська, Ольга Михайленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Кредиторська заборгованість впливає на фінансову стійкість підприємства, тому питання аудиту зобов'язань є актуальним і важливим, адже від ефективності їх управління в цілому залежать перспективи розвитку підприємства у майбутньому.

Матеріали і методи. В роботі використано загальнонаукові методи наукового пізнання та дослідження економічних явищ. У тезах застосовані наступні методи дослідження: абстрактно-логічний, порівняння, історичний, монографічний та наукового узагальнення.

Результати. На сьогоднішній день не існує стандарту, який регулює аудит поточних зобов'язань, але є Міжнародні стандарти аудиту, що регламентують різноманітні етапи аудиторської перевірки: МСА 230 «Аудиторська документація», МСА 500 «Поняття й види аудиторських доказів», МСА 505 «Зовнішні підтвердження», МСА 530 «Аудиторська вибірка» тощо [2].

Аудит дозволяє встановити достовірність даних із бухгалтерської звітності. Для цього перевіряючий повинен: перевірити коректність оформлених контрактів; вивчити, чи погашався борг раніше; перевірити правильність претензій. Як показує практика, під час перевірки бухгалтери найчастіше стикаються з такими проблемами, як неправильне оформлення договорів, анулювання справжніх документів, відсутність кредиторської заборгованості взагалі та неправильне складання бухгалтерського обліку. В ході аудиту вдається визначити всі помилки і або виправити їх за допомогою кращого варіанта рішення, або повністю відбілити репутацію підприємства, якщо дані були недостовірними.

Для отримання зовнішніх підтверджень аудитор потрібно надіслати запит до підприємства для підтвердження заборгованості. З загального переліку контрагентів відбираються, виходячи із рівня суттєвості та запланованих аудиторських ризиків ті контрагенти, яким направляються запити. Аудитор формує свою думку від відібраних кредиторів та приймає рішення відносно застосування або незастосування інших аудиторських процедур. Лише на підставі всієї об'єктивної та неупередженої інформації з різних джерел її надходження можна запропонувати обґрунтовані ефективні управлінські рішення з подальшого контролю, планування та управління поточною кредиторською заборгованістю.

Ефективне управління поточними зобов'язаннями надає можливість підприємству застосувати найбільше вигідні форми і терміни розрахунків та зводиться для збереження фінансової стабільності підприємства.

Висновки. Якісне проведення аудиторської перевірки гарантує користувачам фінансової звітності отримання достовірної, реальної, повної та легітимної інформації про кредиторську заборгованість. Від висновків аудитора та прийнятих рішень управлінського персоналу залежить стан та перспективи розвитку підприємства в майбутньому.

Література

1. Левчинський Д.Л., Морозова Є.П. Основні засади аудиту кредиторської заборгованості згідно з міжнародними стандартами. Інтелект. 2016. Випуск 5. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2016/2016_5/2.pdf

2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Частина 1, 2016–2017 рр.

3. Особливості обліку розрахунків з постачальниками

Анна Касьян, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Під час економічної діяльності підприємство взаємодіє з іншими суб'єктами господарювання для закупівлі товарно-матеріальних цінностей, робіт або послуг для забезпечення безперерйного функціонування. Це призводить до утворення зобов'язань і виникнення кредиторської заборгованості, включаючи перед постачальниками та підрядниками.

Матеріали і методи. В роботі використані наукові дослідження українських та зарубіжних вчених, методичні стандарти, практичні рекомендації експертів і консультантів. В процесі дослідження були використані методи індукції та дедукції.

Результати. Ефективне ведення обліку платежів з постачальниками є важливим кроком управління підприємством, оскільки це допомагає оптимізувати процеси та знизити ризики. Якщо у підприємства немає налагодженої системи обліку у цій області, це може призвести до неефективного управління, збільшуючи ризик штрафів через несвоєчасну оплату рахунків або неконтрольоване оприбуткування цінностей. Крім того, відсутність контролю за діями матеріально відповідальних осіб може призвести до зниження прибутку підприємства.

Другий етап облікового процесу розрахунків з постачальниками - це поточний облік, який полягає у реєстрації даних первинного обліку в системі рахунків - в облікових реєстрах. Організація завершального етапу управління обліком розрахунків з підрядниками залежить від якості організації початкового та поточного обліку. Цей етап відзначається тим, що, крім облікових даних та показників початкового і поточного обліку, необхідні дані планування, нормування, оперативного та статистичного обліку, а також інформація з попередніх звітних періодів. Наявність цих даних і показників дозволяє не лише оцінити результати діяльності суб'єкта господарювання, а й виявити тенденції розвитку.

Для ідентифікації безнадійної кредиторської заборгованості у складі інших операційних доходів підприємство використовує субрахунок 717. Аналізуючи стан безнадійної кредиторської заборгованості у податковому обліку, слід зазначити, що податкове законодавство згадує про неї двічі. Статтею 14 ПКУ передбачено, що сума заборгованості одного платника перед іншим, не стягнута після закінчення строку позовної давності, є безповоротною фінансовою допомогою. Статтею 135 встановлено, що до складу інших доходів включається сума безповоротної фінансової допомоги та сума безнадійної кредиторської заборгованості. На сьогодні одночасне коригування витрат (їх збільшення) є нелогічним, оскільки поряд із віднесенням безнадійної кредиторської заборгованості до складу інших податкових витрат не відбувається реалізація товарів, а, отже, і собівартість реалізованих товарів відсутня.

Висновки. Для належного обліку розрахунків з постачальниками необхідно: правильно оформляти документи та реєструвати операції; враховувати всі витрати на заготівлю засобів та предметів праці; визначати фактичну вартість придбаних засобів та предметів праці; вести облік розрахунків з постачальниками як аналітичний, так і синтетичний; регулярно проводити інвентаризацію заборгованості за розрахунками з постачальниками.

Література

Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755- VI // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.

4. Методика проведення аналізу нематеріальних активів

Валерія Купрій, Людмила Соломчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для вітчизняних підприємств актуальності набирає питання розширення структури і складу нематеріальних активів, формування методичного забезпечення аналізу їх використання у виробничому процесі. Мета аналізу нематеріальних активів підприємства полягає у визначенні поточного та перспективного впливу нематеріальних активів на результативність діяльності підприємства [1].

Матеріали та методи. Для написання тез застосовувались загальнонаукові методи: наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, вибіркового обстеження й групування, а також економіко-статистичних прийомів дослідження.

Результати та обговорення. Потреба підприємства в нематеріальних активах визначається на основі порівняння технічних характеристик продукції підприємства та його конкурентів. В якості узагальнюючого показника, що характеризує забезпеченість підприємства в нематеріальних активах може стати їх частка у складі активів підприємства та порівняння з аналогічними показниками підприємств-конкурентів. Наступним етапом аналізу нематеріальних активів є аналіз ресурсної бази та шляхів формування нематеріальних активів на підприємстві. Потреба в ресурсах для формування нематеріальних активів залежить від варіанту отримання нематеріального активу.

Для оцінки динаміки величини нематеріальних активів доцільно використати такі показники як темп росту базисний та темп росту ланцюговий. Важливим вартісним показником, який характеризує їх значимість є частка вартості нематеріальних активів у структурі собівартості продукції. Аналіз структури нематеріальних активів за строками корисного використання має значення з позицій визначення потреби підприємства в тих, чи інших їх видах. Так аналіз структури за рівнем захисту дає можливість зробити висновок щодо зниження чи зростання частки активів, які мають захист ліцензіями, патентами, авторськими правами.

Наступний етап аналізу – це аналіз вибуття нематеріальних активів, який проводиться в динаміці загалом та у зв'язку з наступними причинами: а) списання після закінчення терміну служби; б) списання раніше встановленого строку служби; в) продаж (уступка) виключних прав; г) безкоштовна передача нематеріальних об'єктів.

Висновок. Отже, узагальнені методи аналізу використання нематеріальних активів дають можливість їх включити, в якості об'єкта, в систему комплексного аналізу діяльності підприємства, що створить перспективу визначати їх місце у розвитку підприємства. Особливої актуальності аналіз нематеріальних активів набуває в контексті забезпечення стратегічного розвитку підприємства.

Література

Панасюк В.М., Черешнюк О.М., Лендюк Т.В. Аналіз ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств із використанням економікоматематичного моделювання // Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи: / за наук. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмошенка; Національна академія управління ; Міжнародна академія інформатики. – К.: Національна академія управління, 2016. – 324 с.

5. Особливості обліку витрат на збут на виробничому підприємстві

Анна Кучер, Тетяна Редзюк

Національний університет харчових технологій

Вступ. Дуже часто виробничі підприємства не мають змоги утримувати штат маркетологів для збуту продукції, оскільки сам підбір якісних спеціалістів дуже затратний. Але питанням обліку передачі функцій збуту досвідченим спеціалістам приділено недостатньо уваги.

Матеріали і методи досліджень. Матеріалом дослідження виступають витрати, які підприємство несе після оприбуткування готової продукції для її реалізації на максимально вигідних умовах. До методів дослідження можна віднести методи: теоретичного узагальнення – для розкриття сутності аутсорсингу; аналізу, синтезу, спостереження, індукції та дедукції – для дослідження особливостей обліку витрат на збут; графічний метод - для побудови таблиць.

Результати і обговорення. Передача функцій збуту досвідченим спеціалістам називається аутсорсинг, що походить від англійського «outside resource using» – використання зовнішніх ресурсів[1]. При цьому зменшується навантаження на фонд оплати праці, мінімізуються витрати щодо основних засобів тощо[2]. Облік таких послуг ведеться за актами надання послуг та оформлюється наступними бухгалтерськими проведеннями по Дт рахунку 93

Також сьогоденною специфікою збуту є наявність власного сайту. Через який підприємство може вести збутову діяльність. Підприємство оплачує витрати із створення та ведення сайту[3]. Для цього можуть сторонні організації, але більш доцільним є введення посади адміністратора сайту, що буде передбачати наступні витрат (заробітна плата вебмайстра, плата за хостинг)).

Висновки. Отже, особливості обліку витрат на збут залежить від методів, якими здійснюються ці витрати. Останнім часом завдяки поширенням діджиталізації та е-комерції ці витрати направлені на їх оптимізацію з метою досягнення найбільшої ефективності.

Література

1. Мірошніченко О. В., Черкасова С. О., Каторська І. В. Аутсорсинг як один із перспективних напрямків функціонування підприємств в Україні. *Вісник Сумського державного університету*. Серія Економіка. 2022. № 1. С. 22-30. URL: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1_2022/2.pdf (дата звернення 28.02.2024).
2. Проскуріна, Н., & Конєва, А. (2021). Електронна комерція: особливості системи бухгалтерського обліку. *Економіка та суспільство*, (34). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95> (дата звернення 28.02.2024)
3. Синявська О.О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2019. Вип. 9. С. 126–132.

6. Удосконалення фінансової звітності щодо відображення витрат операційної діяльності підприємств

Вадим Кучерук, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання прозорості і ефективності економічної інформації, зокрема інформації щодо витрат операційної діяльності підприємств, потребує удосконалення фінансової звітності щодо відображення операційних витрат підприємства, тому і формує мету наукового дослідження.

Матеріали та методи. Предметом дослідження є ведення бухгалтерського обліку витрат операційної діяльності підприємств, а методологічною основою - системний підхід до розкриття економічної сутності операційних витрат та процесу їх обліку. Вирішення поставлених завдань досягнуто на основі застосування загальнонаукових методів: наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, вибіркового обстеження й групування, а також економіко- статистичних прийомів дослідження.

Результати та обговорення. В умовах ринкової економіки звітність базується на узагальненні даних фінансового обліку і є інформаційною ланкою, яка єднає підприємство з суспільством і діловими партнерами - користувачами інформації про діяльність підприємства та перспективи його розвитку. Надання користувачам повної, об'єктивної інформації про підприємство для прийняття ними виважених управлінських рішень є метою звітності.

Встановлено, що очевидним недоліком при відображенні інформації про витрати операційної діяльності підприємств у звітності є присутність двох статей витрат з однаковою назвою «Інші операційні витрати», але з різним змістовим наповненням - рядки 2180 та 2520 в одному документі - «Звіті про фінансові результати». У рядку 2180 знаходять своє відображення обороти за кредитом рахунка 94 в дебет рахунка 791. В свою чергу в рядку 2520 відображаються обороти за кредитом рахунків 20, 21, 22, 27, 28, 30, 31, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 50, 51, 60, 62, 63, 64, 65, 68, 473, 474 в дебет рахунків 23, 91, 92, 93, 94. Таке відображення статей витрат є неоднозначним, і тому з метою усунення вказаного протиріччя, у другому розділі «Звіту про фінансові результати» варто перейменувати відповідні статті. Вбачається, що дана пропозиція дозволить уникнути плутанини в розумінні економічної сутності і складу вищенаведених статей витрат при складанні фінансової звітності, тим самим не викривляючи економічного змісту статей операційних витрат.

Висновок. Отже, вважається за доцільне внести зміни до «Звіту про фінансові результати» стосовно перейменування відповідних статей операційних витрат і використовувати їх не лише при складанні форми 2, а також при внутрішньогосподарській звітності підприємств.

Література

1. Olga Grytsay, Mariana Pankiv, Dina Kut, Gabriella Wojtan (2021), Analysis of the Enterprise Operating Expenses and Ways of Improvement of Their Accounting, EEM, Volume 8, Number 1, pp. 43 – 58.
2. Svitlana Shubina, Oleksii Miroshnyk, Belyaninova Kateryna, Andriy Bielchiaiev (2022), ensuring accounting and analysis of revenue and expenses in the enterprise profit management system, Financial and Credit Systems: Prospects for Development, Volume 2, Number 5, pp. 26 – 35.

7. Порухення та види відповідальності за ведення обліку грошових коштів та їх еквівалентів

Інна Маковей, Тетяна Редзюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Податкова відновила свою роботу здійснення перевірок. Особливим аспектом для податкових перевірок є грошові кошти. Особливо це стосується дотримання норм касової дисципліни.

Матеріали і методи. В ході вивчення даної тематики було використано інформаційно-законодавча база.

Результати. За порушення касової дисципліни накладаються два види штрафних санкцій – фінансові та адміністративні.

Операції, за які накладаються фінансові санкції:

- Здійснення операцій з РРО або РК на неповну суму вартості реалізованих товарів чи послуг.
- Не здійснення розрахункових операцій через РРО з фіскальним режимом роботи.
- Сума готівки відрізняється від суми коштів за звітом, більше ніж на 10%. У випадку застосування РК суму готівки порівнюють за фіскальними чеками, за які було реалізовано послуги чи товари за день.
- Не роздруковано первинний документ (фіскальний чек), який засвідчує здійснення розрахункових операцій.

У даних випадках при первісному порушенні накладаються фінансові штрафні санкції 100% вартості товарів чи послуг реалізованих із порушення. Із подальшим порушенням накладається порушення у 150% вартості проданих товарів чи послуг із правопорушенням.

Не використання РК під час моменту здійснення розрахункових операцій у випадках, передбачених законом про РРОЗ, застосування незареєстрованої РК, порушення порядку ведення РК, зберігання не належним чином РК протягом встановленого строку (Зроки.) – в перелічених випадках застосовується штраф в розмірі 340 грн згідно п.3 ст.17 Закону про РРО.

Якщо було не створено в електронній формі контрольну стрічку чи здійснено коригування та відображаються не точні дані про розрахункові операції, що зазначені в контрольованій стрічці в електронній формі. В даному випадку штрафна санкція буде сягати у розмірі 17грн згідно п5 ст.17 Закону про РРО. При проведенні розрахункових операцій через РРО без попереднього зазначення в електронній формі найменування, цін та кількості товарів та послуг накладається штраф в розмірі 85грн. Штрафні санкції не застосовуються до фізичних та юридичних осіб, які перебувають на тимчасово окупованій території

Висновок. За даними дослідженнями можна сказати, що дотримання касової дисципліни особливо важливе. Так як в подальшому за порушення підприємство матиме негативні наслідки у вигляді штрафних санкцій. Даний розмір штрафних санкцій буде діяти до липня 2025 року або у випадку скасування воєнного стану в країні.

Література

Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану: Закон України від 30.06.2023 № 3219-IX. URL: <https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatkovye-zakonodavstvo/zakoni-ukraini/78340.html>

8. Вимоги сьогодення до професії бухгалтер та шляхи підвищення кваліфікації

Любов Пойдьом, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблеми, породжені складністю та великим обсягом облікової інформації може вирішити тільки висококваліфікований спеціаліст з бухгалтерського обліку. Розглянемо основні вимоги, які сучасне суспільство ставить перед бухгалтерами, а також можливі шляхи для їх вдосконалення.

Матеріали та методи. Для дослідження теми використано загальнонаукові методи, системний аналіз та інформаційний пошук.

Результати і обговорення. Сучасна професія бухгалтера є ключовою у сфері фінансів і обліку, і вимагає від фахівців великого рівня компетентності та адаптації до змін у законодавстві та технологічному прогресі. Бухгалтер повинен володіти не лише базовими знаннями, а й розуміти складні аспекти обліку, податкового та фінансового законодавства.

Розглянемо деякі шляхи підготовки та вдосконалення в професії бухгалтера:

- підготовка персоналу в закладах вищої освіт здатних вивести економіку України на провідний світовий рівень. Однією з перспективних форм навчання в Україні виступає дуальна освіта, яка передбачає розробку навчальних планів лише після того, як потенційний роботодавець сформує повний перелік компетенцій, якими має володіти майбутній фахівець. Концепція дуальної форми здобуття освіти передбачає: модернізацію освітньо-професійних програм; підвищення якості підготовки фахівців зближує освіту з вимогами ринку праці; посилення ролі та впливу роботодавців на освіту. Залучення до практики та стажування в сучасних компаніях допомагає отримати практичні навички та розширити професійний досвід;

- запровадження нових інструментів штучного інтелекту можуть стимулювати нові та вдосконалені методи аналізу для проведення обліку. Використання системи штучного інтелекту може безперервно та без помилок виконувати повторювальні операції, які передусім пов'язані з процесами: ведення та зіставлення даних, відтворення господарських операцій, зображення операцій з витратами та доходами, формування первинних документів. Застосування штучного інтелекту у бухгалтерському обліку значно полегшує життя підприємствам у випадках з шахрайством та уникненням штрафних санкцій;

- взаємодія з іншими фахівцями через участь у конференціях, семінарах та онлайн-спільнотах дозволяє обмінюватися досвідом та відкривати нові можливості.

Висновки: Враховуючи ці вимоги та шляхи вдосконалення, бухгалтер може успішно адаптуватися до сучасних викликів у своїй професії та досягати високих результатів.

Література

1. Про вищу освіту: Закон України від 01 липня 2014 р. № 1556-VII зі змінами і доповненнями. Електронний ресурс - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1362382123874458>

2. Швабій К.І. Дуальна освіта - кадровий стартап для державної служби /К. Швабій// Електронний ресурс - Режим доступу: <https://osvita.ua/consultations/65082/>

3. Шендерівська Ю. Трансформація функцій бухгалтера під впливом глобальних викликів. Облік і фінанси. 2022, 4(98), 23-31. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4\(98\)-23-31](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4(98)-23-31)

9. Аналіз ринку молока та визначення експортного потенціалу України в даній галузі

Юлія Рудик, Олена Овдій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Виробництво молока є важливою галуззю сільського господарства України, і вивчення його експортних можливостей може мати значний вплив на економічний розвиток країни.

Матеріали і методи. При вивченні цього питання було використано кілька методів дослідження, такі як: аналіз статистичних даних по виробництву молока в Україні, досліджування тенденцій споживання молочних продуктів на внутрішньому ринку країни, а також моніторинг потенційних експортних ринків для української молочної продукції. Доцільним було проведення експертного анкетування та інтерв'ю з провідними гравцями ринку.

Результати і обговорення. Метою цієї роботи було проведення вивчення ринку молока України та аналіз експортного запасу країни у цій галузі. На основі опрацьованих даних зазначимо, що ринок молока в Україні має великий потенціал для розвитку експортної спроможності. Так, дослідження показали, що виробництво молока в Україні піднялося на 10% за останні два роки, що є свідченням стабільного зростання цієї галузі.

Також, аналіз статистичних даних показав, що українська продукція молочної галузі нарощує популярність на міжнародних ринках через свою високою якість та конкурентоспроможні ціни. Так, останні роки компанія "Молоко Львівщини" стала одним з найбільших впізнаваних та затребуваних виробників молока та молочної продукції в країні, продаючи на експорт свою продукцію до країн Європейського Союзу (ЄС) та світу. Такий успіх підтверджує великий потенціал вітчизняних виробників на міжнародному ринку.

Не зважаючи на це, для подальшого успішного підкорення нових експортних ринків варто вирішити ряд питань. Насамперед, Україна мусить вдосконалити інфраструктуру та свої логістичні системи для забезпечення швидкої та ефективної доставки молочної продукції, яка швидко псується, до міжнародних покупців та споживачів. Крім того важливо розвивати вже діючі продуктивні маркетингові стратегії для просування молочної продукції українських виробників на зовнішні ринки. Як потенціал для зростання та нарощування експорту продукції молочної галузі можна вивчати цікавість та попит на органічну молочну продукцію в розвинених країнах, таких як США та країни ЄС. Саме це можна розглядати як нові можливості для українських виробників, що спеціалізуються на органічних продуктах. Перш за все, Україна має всі можливості та потенціал стати серйозним постачальником органічної молочної продукції на міжнародний ринок.

Висновки. Зауважимо, що подальший розвиток експорту молочної продукції є дуже вагомим для економічного зростання України. Така мета може бути досягнута за сприяння розвитку управлінських та маркетингових стратегій і підтримки уряду.

Література

Smith J., Johnson, A. (2023) Analysis of Milk Market Trends and Export Opportunities: Case Study of Ukraine.

Brown, E., Williams, L. (2022) Exploring Dairy Export Potential: A Study on the Ukrainian Market

10. Аналіз структури власного капіталу акціонерного товариства

Максим Сіреньок, Тетяна Редзюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Акціонерні товариства є ключовими учасниками ринкових відносин, і аналіз структури їхнього власного капіталу має важливе значення для розуміння їхньої фінансової стійкості та ефективності. Дослідження спрямоване на аналіз розподілу та використання власних коштів підприємствами для досягнення стратегічних цілей та забезпечення конкурентоспроможності.

Матеріали і методи. Для дослідження використовувалися фінансові звіти акціонерних товариств за останні п'ять років. Аналіз проводився за допомогою методів фінансового аналізу, зокрема розрахунку таких показників, як коефіцієнти ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності капіталу.

Результати і обговорення. Акціонерні товариства в Україні були створені під впливом трьох основних факторів: приватизація державного майна; створення нових акціонерних товариств юридичними та фізичними особами; реорганізація існуючих недержавних юридичних осіб. В ході дослідження було виявлено, що більшість акціонерних товариств у секторі були створені в результаті приватизації.

Дослідження юридичного й економічного підходів структурування власного капіталу дало змогу встановити, що згідно з першим специфіка власного капіталу проявляється в наявності у його складі різних джерел, але не в їх кількості, а в якісній різноманітності.

Аналіз показав, що оптимальна структура власного капіталу для більшості акціонерних товариств характеризується високим рівнем власних коштів у складі капіталу. Зокрема, виявлено, що підприємства з більшим обсягом власного капіталу мають більшу фінансову стійкість та менший ризик фінансових труднощів. Наприклад, компанії з високим рівнем власного капіталу здатні краще адаптуватися до змін на ринку та ефективніше залучати зовнішні ресурси, не піддаючись великому фінансовому тиску в разі несприятливих умов.

Додатково, виявлено, що структура власного капіталу може впливати на інвестиційну привабливість підприємства. Компанії з більшим рівнем власного капіталу можуть мати більшу привабливість для потенційних інвесторів та кредиторів, оскільки це свідчить про вищий рівень фінансової незалежності та стабільності. Структура власного капіталу може впливати на вартість капіталу та інвестиційні рішення сторонніх інвесторів.

Результати дослідження підкреслюють важливість моніторингу структури власного капіталу та вчасних коригувань стратегій фінансового управління для досягнення оптимальних фінансових результатів. Рекомендується здійснювати аналіз структури капіталу та виявляти можливості для оптимізації використання власних ресурсів з метою забезпечення стабільності та ефективності бізнесу.

Висновки. Наукова новизна полягає в аналізі впливу структури власного капіталу на фінансову стійкість підприємств та розробці рекомендацій щодо оптимального використання власних коштів для досягнення стратегічних цілей компанії.

Література

Mariia Amelnyska, Anna Maryna (2020). Peculiarities of evaluation of financial activity of joint stock companies, International scientific e-journal ΛΟΓΟΣ. ONLINE (10)

11. Вплив мінімальної заробітної плати на економічну стабільність України

Анна Сладка, Олена Овдій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мінімальна заробітна плата – це встановлений законом найменший розмір оплати праці за завершеною працівником норму праці. Її розмір впливає на найменший та найбільший розмір бази єдиного страхового внеску — (від 22% однієї мінімальної зарплати до її 15 розмірів), позначається на величині оплати працівникам за листами непрацездатності та відпустки по догляду за дитиною, розмір оподаткування фізичних осіб — підприємців, осіб, що проводять незалежну фахову діяльність. Саме розмір мінімальної заробітної плати, крім того, впливає на розмір штрафів громадян за порушення законодавства про працю.

Матеріали та методи. Підняття мінімальної заробітної плати в Україні віддзеркалює стрімке зростання повсякденних витрат для населення. Це стає центральним стрижнем забезпечення соціальної справедливості, позаяк невисокі доходи працівників на даний час не відповідають реальному рівню економічного розвитку країни.

Результати та обговорення. Зростання мінімальної заробітної плати може стати «спусковим механізмом» економічного зростання як громадян так і країни в цілому, оскільки зростання доходів населення посилює споживчу потужність і сприяє збільшенню попиту на товари і послуги, що заохочує виробництво та розвиток бізнесу, в тому числі і підприємств харчової промисловості.

Проте збільшення мінімальної заробітної плати в свою чергу може спричинити збільшення витрат для бізнесу, особливо для малих і середніх підприємств. Збільшення витрат впливає на прибутковість підприємств як малого бізнесу так і на великі підприємства, на конкурентоспроможність, що, в свою чергу може спричинити зменшення числа робочих місць або збільшення споживчих цін на товари і послуги.

Підняття мінімальної заробітної плати мало на меті зменшення рівня бідності серед працюючого населення, покрити їм можливість мати достатній дохід для задоволення базових потреб, таких як харчування, житло та медичні послуги. Але потрібно зважати на рівень інфляції, що зростає в країні в цей же період. Підвищення мінімальної заробітної плати може посприяти зменшенню міграції українського населення, оскільки працівники мають бути мотивовані залишитися в Україні, заробляючи при цьому достатню заробітну плату, достойну своєї праці. Зростання мінімальної заробітної плати має покращити умови праці найменш захищеним категоріям працівників, оскільки така динаміка може заохочувати роботодавців до поліпшення умов праці для усунування збільшення витрат на оплату праці. Підвищення мінімальної заробітної плати має також посприяти соціальній стабільності в країні, оскільки має відбутися зменшення нерівності доходів і послужить збалансуванню економічному розвитку України.

Висновки. Зважаючи на вищевикладений матеріал, можна зробити висновки, що важливо знаходити баланс між підняттям мінімальної заробітної плати та збереженням економічної стабільності. Рішення цього питання вимагає обґрунтованих ухвал та ґрунтовного врахування всіх аспектів, з метою досягнення щонайкращого економічного та соціального розвитку нашої країни.

Література

Закон України про оплату праці від 24.03.1995 № 108/95-ВР [Електронний ресурс]/Верховна Рада України. — Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/Z950108?an=14>

12. Порівняння системи оподаткування України та Нідерландів

Ольга Соловійова, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Україна має гостру проблему в стабільності податкової системи. Часті зміни в законодавстві спонукають платників податку на постійний моніторинг та аналіз чинного податкового законодавства. Розглянемо країну, яка дійсно є достойним прикладом в економічній сфері для нашої країни.

Матеріали та методи. В ході написання було використано загальнонаукові методи, системний аналіз та інформаційний пошук.

Результати. Основою українського податкового законодавства є Податковий кодекс України. В Нідерландах над національним податковим законодавством працює Міністерство фінансів, а також Belastingdienst, який є частиною Міністерства фінансів, що стягує та збирає податки. Усі податки та збори в Україні розподіляються на загальнодержавні та місцеві. Основні податки в Україні та їх ставки: податок на прибуток підприємства 18%, єдиний соціальний внесок – 22%, податок на доходи фіз осіб – 18%, податок на додану вартість (ПДВ) – 20%

В Нідерландах є прямі і непрямі податки. Основні податки мають таке значення: податок на прибуток, який залежить від прибутку за цілий рік. Мінімальний ПДВ 9,42%, максимальний ПДВ 49,50%; корпоративний податок – 25%; податок на додану вартість (BTW) - 21%. Велику значимість для країни мають регіональні та муніципальні податки, яких в Україні немає. Якщо громадянин володіє землею, будівлями або природними заповідниками в країні - або якщо займає або використовує комерційні приміщення, то він має сплачувати податок на управління водою та її очищення.



Висновок. Нідерланди – це вдалий приклад для нашої держави. Покращення якості податкової системи в Україні сприяє залучення іноземних компаній, що допоможе у розвитку економіки.

Література:

1. Belastingdienst: <https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/nl/home/home>
2. Податковий кодекс України: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Taxation in the Netherlands: <https://www.pwc.nl/en/insights-and-publications/services-and-industries/tax/doing-business-in-the-netherlands/taxation-in-the-netherlands.html>

13. Списання та ліквідація основних засобів в умовах воєнного часу

Каріна Сулима, Олена Овдій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Умови воєнного часу ставлять перед країною складні завдання щодо списання та ліквідації основних засобів (далі ОЗ). Дане дослідження спрямоване на розробку оптимальних стратегій управління цим процесом для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Матеріали і методи. Для дослідження використовувалися дані про стан ОЗ під час воєнних конфліктів, а також була проаналізована інформація щодо управління необоротними активами в умовах надзвичайних ситуацій. Методологія включала моніторинг військових документів, статистичні дані та експертні оцінки щодо визначення оптимальних підходів до списання та ліквідації основних засобів.

Результати і обговорення. При опрацюванні матеріалів було встановлено, що оптимальний час списання ОЗ у воєнний період становить 10-15% від їх корисного терміну служби. Аналіз показав, що застосування результативних стратегій управління ОЗ може призвести до збереження майже 20% ресурсів, необхідних для економічного відновлення країни після війни. Отже, результати дослідження вказують на необхідність покращання системи управління основними засобами підприємств в умовах воєнного часу з метою оптимізації використання ресурсів та підтримки економічної стійкості.

Таблиця 1

Оптимальні часи списання та збереження ресурсів основних засобів у воєнний період

Основні засоби	Термін служби (роки)	Оптимальний час списання (%)	Збереження ресурсів під час війни (%)
Танки	20	10-15	15-20
Артилерія	25	12-18	18-25
Військові судна	30	15-20	20-25

Умови воєнного часу, як правило, ставлять перед державними органами країни складні завдання щодо управління необоротними ресурсами та матеріальними активами. Для оптимального використання ОЗ під час війни, необхідно мати чіткий розуміння найкращих стратегій списання та ліквідації таких активів.

У таблиці 1 представлено аналіз термінів корисного використання та рекомендованих норм списання для різних видів основних засобів, а також потенційне збереження всіх ресурсів у воєнний період. Розглядаючи дані таблиці, можна зробити висновки, що оптимальні часи списання основних засобів відрізняються залежно від їх типу та терміну служби. Це є свідченням про необхідність персонального підходу до управління кожним видом активів окремо.

Висновки. Оптимізація управління ОЗ в умовах воєнного часу є головною для продуктивного використання ресурсів та підтримки економічної стійкості держави.

Література

1. Adizes I. Organizational Lifecycle, 2019. URL: <https://adizes.com/> (дата звернення 04.2020)

2. Єрмак А. «Про Стратегію воєнної безпеки України» <https://www.mil.gov.ua/diyalnist/reformi-ta-planuvannya-u-sferi-oboroni/voenna-doktrina.html>

14. Особливості класифікації зобов'язань в бухгалтерському обліку

Анастасія Варламова, Світлана Ніколаєнко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розглянемо основні критерії класифікації зобов'язань підприємств з точки зору вітчизняних та зарубіжних науковців.

Матеріали та методи. Проблемами обліку й аналізу зобов'язань присвячено багато праць учених-економістів. Вагомий внесок у їхнє вирішення зробили такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як: Ф.Ф. Бутинець, А.Г. Завгородній, І.Я. Омецька, Г. Велш та Д. Шорт. Саме на основі їхніх поглядів будуть проведені подальші дослідження.

Результати. Серед представників українських наукових шкіл, які класифікують зобов'язання за найбільшою кількістю ознак є Ф.Ф. Бутинець. З його поглядами погоджуються в частині класифікації зобов'язань за терміном погашення, способом погашення, часом виникнення та можливістю оцінки - Л.В. Чижевська та С.Л. Береза. Залежно від підстав виникнення, Ф.Ф. Бутинець та А.Г. Завгородній виділяють договірні зобов'язання, які постають з угоди, домовленості сторін; та позадоговірні, що виникають незалежно від волі учасників угоди.

І.Я. Омецька дотримувалася поглядів класифікації зобов'язань за двома напрямками формування: пасиви порівняні до зобов'язань, та зобов'язання, які повною мірою відповідають критеріям їхнього визнання. На її думку, такий поділ сприятиме чіткому розмежуванню різних видів пасивів, що забезпечить створення основи для аналізу раціонального складу джерел утворення господарських засобів.

Г. Велш та Д. Шорт виділяють умовні зобов'язання і визначають їх як потенційні зобов'язання, які виникли через події чи операції, які вже мали місце. Однак їх перетворення на дійсні зобов'язання залежить від того, чи відбудуться в майбутньому певні події або операції. Умовні зобов'язання також призводять до умовних втрат.

Рада з питань стандартів фінансового обліку запропонувала для найбільш об'єктивного відображення у фінансовій звітності умовних зобов'язань їх класифікувати. Відповідно умовні зобов'язання класифікують на три групи: припустимі – майбутня подія скоріш за все відбудеться; ймовірні – ймовірність того, що подія відбудеться, є більшою, ніж для можливих умовних зобов'язань, але не меншою, ніж для припустимих; можливі – можливість того, що майбутня подія відбудеться, досить незначна. Бухгалтерський облік документально відображає наслідки виконання умов конкретного договору, тому доцільно класифікувати зобов'язання за видами діяльності, а саме зобов'язання, що виникають в результаті операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Висновки. Узагальнюючи наведені підходи щодо класифікації зобов'язань, доцільно розробити перелік класифікаційних ознак зобов'язань за видами діяльності, а саме зобов'язання, що виникають в результаті операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, які нададуть можливість бухгалтерам і керівникам отримувати різнобічну інформацію про зобов'язання з метою їх оптимізації.

Література

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік. Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит». 7-ме вид. Житомир: ПП «Рута». 2016. С. 832.
2. Сопко В., Завгородній В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу. - К.: КНЕУ, 2005. – 260с.
3. Велш Глен А., Шорт Деніел Г. Основи фінансового обліку. - К.: Основи, 1999. – 944 с.

15. Особливості організації ведення обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів

Едуард Богомол, Ірина Кравченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному бізнес-середовищі облік, аналіз та аудит малоцінних та швидкозношуваних предметів є ключовими аспектами фінансового управління підприємствами.

Матеріали і методи. Інформаційною та правовою базою дослідження були законодавчі та нормативні акти. Використано загальнонаукові методи дослідження, такі як діалектичний та системний, а також методи аналізу та синтезу.

Результати. При надходженні здійснюється оцінка за первісною вартістю, у свою чергу, на дату балансу оцінюється за чистою вартістю реалізації. При списанні МШП їх вартість відображається в обліку за однією з визначених обліковою політикою вартостей, таких як ідентифікаційна, середньозважена, ФІФО, нормативні витрати або ціни продажу. Якщо МШП мають однакове призначення та умови застосування, до всіх них може бути застосований лише один із цих методів. Варто зазначити, що розбіжності в оцінці МШП можуть виникати через різні методи оцінки або через недостатню точність визначення їхньої залишкової вартості.

Ключовим аспектом є дотримання принципів обліку та фінансової звітності, зокрема обачності, безперервності, повного відображення, автономності, періодичності та історичної собівартості [1].

У свою чергу, аудит МШП проводиться в певній послідовності, що дозволяє перевірити всі аспекти обліку цих предметів і надати об'єктивну та незалежну оцінку аудитора щодо правильності їх обліку. Напрямок удосконалення цього процесу може включати впровадження сучасних інформаційних систем обліку та аудиту, створення чітких процедур списання та вибір оптимальних методів оцінки МШП.

Для удосконалення системи обліку цих предметів можна врахувати кілька ключових аспектів. По-перше, важливо розробити внутрішні нормативні документи з чіткою класифікацією цих активів, враховуючи їхні особливості та вартість, і запровадити систему внутрішнього контролю. Далі, необхідно впровадити програмне забезпечення для автоматизації аналітичного обліку цих предметів та забезпечити регулярний аналіз витрат на обслуговування та ремонт МШП для оптимізації їх використання [2].

Також важливо визначити чіткі правила відображення МШП на синтетичних рахунках відповідно до класифікації та забезпечити проведення періодичних перевірок та аналізу даних для виявлення і усунення можливих помилок або неточностей. Нарешті, важливо оновлювати класифікацію та методи обліку відповідно до змін у технологічному та економічному середовищі, а також проводити навчання та підвищення кваліфікації персоналу.

Висновок. Чітка класифікація, аналітичний облік, правильне відображення на рахунках та постійне оновлення методів обліку допоможуть підвищити ефективність використання цих активів і забезпечити достовірну фінансову звітність.

Література

1. Китайчук Т. Г. Актуальні питання обліку малоцінних активів. *Економіка та держава*. 2021. № 7. С. 16-20.
2. Munyaka Baraka J.-S., Yadavalli S. Inventory management concepts and implementations: a systematic review. *South African Journal of Industrial Engineering*. 2022. № 2 (33). pp. 15-36.

16. Методи економічного аналізу для дослідження зовнішньоекономічної діяльності

Тарас Сиротюк, Світлана Скоморохова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Фінансовий облік та звітність є основою та інформативним джерелом для проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності.

Матеріали і методи. Методи, які використані в обробці матеріалів, включають абстрактно-логічний, порівняльний.

Результати. В зовнішньоекономічній діяльності можна проводити різні типи аналізу залежно від часового аспекту проведення. На рисунку 1 відображені основні методи економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності.

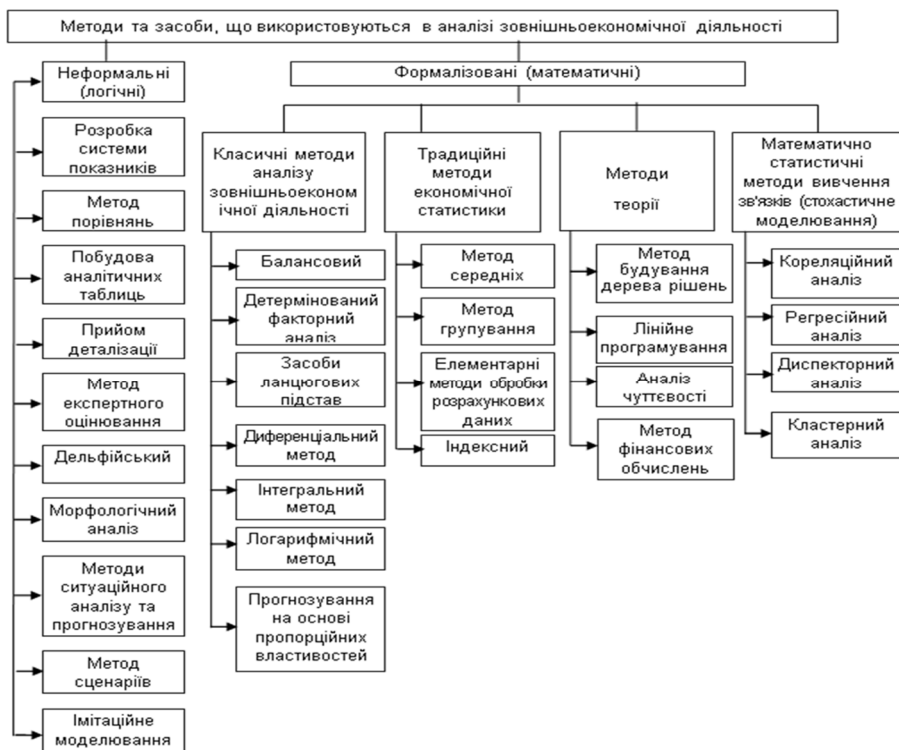


Рис 1. Методи економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності

Висновки. Існують різні класифікації методів і прийомів аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства. В основі всіх класифікацій лежать різні ознаки. Одним із найбільш інформативних є розподіл прийомів і методів за рівнем їх формалізації, тобто за тим, чи можливо взагалі й у якому ступені описати даний метод за допомогою деяких формалізованих процедур.

Література.

Михайленко, О. В. Особливості аналізу і аудиту господарської діяльності підприємств в умовах воєнного стану / О. В. Михайленко, С. М. Ніколаєнко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2022. – № 4. – С. 163–169

17. Шляхи вдосконалення обліку розрахунків з оплати праці

Євген Приходько, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. З одного боку, заробітна плата є складовою доходу, з іншого – для підприємств – статтею витрат і способом мотивації праці. Виникає суперечність досягнення цілей: у працівників потреба підвищити заробітну плату, а підприємств – знизити витрати на оплату праці.

Матеріали та методи. В роботі використовувалися наступні методи дослідження: структурно-логічний, який дозволяє визначити основні фактори, які впливають на виплату заробітної плати працівників; порівняльний аналіз, який дозволяє проаналізувати зміни оплати праці працівників за декілька років; абстрактно-логічний – у формулюванні висновків та надання пропозицій.

Результати та обговорення. Великі обсяги первинних документів і аналіз кожного працівника є трудомісткою частиною розрахунку заробітної плати. Тому майже всі підприємства звернулися до автоматизованих систем бухгалтерського обліку, які значно спрощують роботу бухгалтерів, дозволяють автоматично нараховувати і виплачувати заробітну плату для забезпечення своєчасності цього процесу, деталізують інформацію за обраними критеріями, автоматично розраховують і формують операції тощо. Проте він все ще потребує постійного вдосконалення та оновлення відповідно до змін законодавства, тому джерелами вдосконалення бухгалтерського обліку є: впровадження оновлень програмного забезпечення, особливо з використанням вітчизняних програмних продуктів, орієнтованих на чинну законодавчу базу України; використання більш сучасних технологій, правильний підбір професійних програм для кожного підрозділу чи виду бухгалтерської роботи; впровадження технологічних інновацій, які можуть покращити роботу.

Наступним недоліком розрахунку заробітної плати на багатьох підприємствах є недостатній рівень контролю, складовими якого можуть бути:

- 1) контроль за використанням робочого часу для забезпечення зростання продуктивності праці;
- 2) контроль за своєчасним і правильним визначенням органами соціального страхування нарахованої заробітної плати та відрахувань та віднесенням їх на собівартість продукції (об'єкта, послуги);
- 3) контроль взаємовідносин по оплаті праці працівників та виконанням інших виплат, які здійснюються працівниками у встановлений термін;
- 4) контроль за використанням коштів оплати праці та інших коштів для виплати премій і інших мотиваційних нагород працівникам підприємства тощо.

Одним із можливих напрямів удосконалення обліку оплати праці працівників на підприємстві є розвиток базових знань і правил складання робочих документів, створення форм документації, пропозиція методів складання планів виплат.

Висновки. На сьогоднішній день облік заробітної плати зазнає змін і потребує постійного оновлення та вдосконалення. Вирішення проблем, виявлених у дослідженні, дозволить підвищити якість і достовірність облікових даних, що у свою чергу, позитивно вплине на ефективність прийняття управлінських рішень.

Література

Про внесення змін до Податкового кодексу та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 р. №212-IX.
URL. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>

18. Аналіз шляхів зниження витрат на виробництво продукції

Оксана Зінкевич, Ольга Михайленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Виробничі витрати відіграють значну роль у визначенні успіху та прибутковості будь-якого бізнесу. Зниження витрат на виробництво в умовах глобального ринку, це постійний процес, який дозволяє підприємствам збільшити свою рентабельність, прибуток та стати більш конкурентоспроможними. [1]. Для цього існує багато шляхів. Тому аналіз різних стратегій, які виробники можуть використовувати для зниження витрат, набуває особливого значення.

Матеріали і методи. З метою дослідження та узагальнення світового досвіду шляхів зниження витрат на виробництво продукції в роботі використовувалися загальнонаукові методи дослідження економічних явищ.

Результати. Під час дослідження було проведено аналіз статей зарубіжних економістів. У статті "Як знизити виробничі витрати: вичерпний посібник" автор Ірам Чавеса розглядає усі аспекти і можливості для зниження витрат виробництва, та наводить вісім основних шляхів, а саме: оптимізація виробничого процесу; автоматизація та сучасні технології; співпраця з постачальниками та переговори; енергоефективність та екологічні ініціативи; навчання працівників і розвиток навичок; постійне вдосконалення якості; дослідження ринку та прогнозування попиту; аутсорсинг неосновних видів діяльності. Проте автор Патрік Лемей у статті "Виробничі витрати - як розрахувати (і зменшити) свої виробничі витрати" виділяє п'ять ефективних методів зниження витрат без шкоди для процесу виробництва та якості продукції, а саме: скорочення матеріальних витрат; зміна постачальника; використання відходів та залишків матеріалів; шлях автоматизації; економія споживання енергії. [2].

В результаті аналізу статей можна виділити чотири основні шляхи скорочення витрат, а саме:- оптимізація виробничого процесу: аналіз та усунення вузькі місць, впровадження нових, більш ефективних технологій, заходів щодо оптимізації, використання робототехніки та автоматизації; - перегляд постачань та закупівель: переговори з постачальниками, пошук альтернативних постачальників, оптимізація запасів, співпраця з іншими компаніями; - економія ресурсів: впровадження енергоефективних технологій та практик, переробка та повторне використання відходів, впровадження системи 5S.

Управління персоналом: підвищення кваліфікації, підвищення мотивації та залучення персоналу до пошуку шляхів зниження витрат, оптимізація чисельності.

Висновки. Отже, підприємствам в Україні треба активно переймати досвід світових фахівців щодо вибору шляху зниження витрат на виробництво продукції, який буде максимально ефективним в сучасних умовах господарювання нашої країни.

Література

1. Iram Chavez. How to Lower Manufacturing Costs: A Comprehensive Guide, August 7, 2023. URL: <https://princemanufacturing.com/how-to-lower-manufacturing-costs-a-comprehensive-guide/>

2. Patrick Lemay. Manufacturing Costs - How to Calculate (and Reduce) Your Production Costs, Jan. 14, 2022. URL: <https://tulip.co/blog/how-to-calculate-and-reduce-manufacturing-costs/>

19. Активні та пасивні нефінансові організації. Їх особливості для оподаткування

Ольга Соловійова, Тетяна Редзюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ: актуальність даної теми полягає в тому, що Україна є учасником міжнародного глобального руху, який спрямований на забезпечення більш прозорого податкового середовища. З 1 липня 2023 року набули чинності вимоги Загального стандарту звітності та належної перевірки інформації про фінансові рахунки (далі – CRS), який містить правила для коректної верифікації рахунків клієнтів в Україні

Матеріал: В ході написання було використано загальнонаукові методи, системний аналіз та інформаційний пошук.

Результати та методи:

CRS – це загальний стандарт звітності та належної перевірки інформації про фінансові рахунки. Він виник тому, що без нього люди дуже вдало приховували свої реальні доходи за допомогою кількох податкових резидентів, а обмін фінансовими даними між різними країнами можливо було здійснити лише за наявності спеціального запиту однієї зі сторін і цей процес був, м'яко кажучи, недосконалим

Оподаткування фінансових і нефінансових організацій відрізняються.

Якщо організація є фінансовою організацією, її фінансовий стан не потрібно перевіряти згідно з правилами CRS.

Нефінансові організації (нфо) розрізняють активні та пасивні.

НФО є «пасивною», якщо вона не відповідає ознакам «активної» нфо.

Ознаки «активної» нфо:

- Менш ніж 50% від загального доходу та активів, що приносять пасивний дохід, складають менше ніж 50% від усіх активів Нефінансових Організацій протягом попереднього календарного року.

- Публічні компанії та їх пов'язані особи.
- Неприбуткові організації, урядові та міжнародні організації.
- Новостворені НФО (протягом 24 місяців після реєстрації), які не мають наміру надавати фінансові послуги.
- НФО, які не функціонували як фінансові установи протягом останніх 5 років та перебувають у процесі реорганізації (ліквідації).

Після проведення дослідження визначено кроки, за якими відбувається належна перевірка рахунків організацій: визначається, чи є власником рахунку фінансова установа, подається документ самооцінки організації-власника рахунку, визначається, чи є організація пасивною нефінансовою організацією (ПНФО), отримуються документи самооцінки щодо кожної контролюючої особи організації.

Висновки: CRS сприяє більшій прозорості в фінансовій системі, що може вплинути на покращення довіри інвесторів та зниження ризиків фінансових злочинів.

Література

1. Міністерство фінансів України, CRS (Загальний стандарт звітності): <https://mof.gov.ua/uk/crs-578>
2. Fidem Moris:Впровадження в Україні CRS: перевірка рахунків організацій для міжнародного обміну: <https://fidemmoris.ua/blog/vprovadzhennya-v-ukrayini-crs-perevirka-rahunkiv-organizacij-dlya-mizhnarodnogo-obminu/>
3. Legarithm -як впровадження CRS вплине на українців <https://legarithm.io/news/yak-vprovadzhennya-crs-vpline-na-ukraincev/>

20. Організаційно-методичний аспект обліку основних засобів підприємства

Наталія Гуменна, Світлана Ніколаєнко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Організація і методика обліку основних засобів здатна впливати на кінцеві результати господарської діяльності, а саме випуск продукції, її собівартість, прибуток та фінансові показники.

Матеріали і методи досліджень. Матеріалом дослідження виступають регламенти обліку основних засобів.

У процесі дослідження застосовано ряд загальнонаукових та економічних методів, зокрема: абстракції, дедукції, індукції, зіставлення, спостереження, синтезу, узагальнення тощо.

Результати обговорення. Характеристика основних засобів полягає в тому, що вони не можуть замінювати один одного, тому їх ефективність залежить від типу галузі, компанії та окремої людини. Основні засоби поділяються на галузі: промисловість, будівництво, сільське господарство, транспорт та зв'язок. Метою обліку основних засобів є спонукання підприємств до раціонального використання засобів праці та предметів праці з метою отримання максимального прибутку та задоволення соціальних потреб працівників.

Основною організаційно-методичною складовою обліку основних засобів є облікова політика підприємства. Вона повинна передбачити певну методику збору, обробки і формування облікових даних для забезпечення керівництва підприємства достатнім обсягом інформації про рух основних засобів.

Також важливим елементом організації обліку основних засобів є їх достовірна оцінка на дату балансу, а відсутність оцінки і калькуляції не дозволяє встановити достовірну інформацію про найважливіші вартісні узагальнені показники» [1].

Типові форми ОЗ-6 «Інвентарна картка обліку основних засобів» та ОЗ-1 «Акт приймання-передачі основних засобів» не відповідають вимогам сучасного бухгалтерського обліку. Інвентарні картки не можуть повністю відображати інформацію про основні засоби. Тому ми вважаємо, що наступні показники могли б її доповнити: метод впровадження, справедлива вартість, термін служби, ліквідаційна вартість, метод амортизації, вартість об'єктів вдосконалення та залишкова вартість у розпорядженні. Такі показники, як термін служби, ліквідаційна вартість та метод амортизації, є окремими для кожного активу.

Висновки. За результатами дослідження встановлено, що зважене формування облікової політики щодо основних засобів здатне пришвидшити доступ до інформації про зміни в стані основних засобів.

Основними шляхами вдосконалення організації обліку основних засобів є раціоналізація кожної форми документів і реєстрів обліку, методів збору, обробки та узагальнення облікової інформації, адаптованих до сучасних умов.

Література.

1. Гільorme, Тетяна Вікторівна. Методичні аспекти удосконалення організації обліку основних засобів на промисловому підприємстві .
2. Селіванова Н.М. Організаційно-методичні аспекти компонентного обліку основних засобів в умовах переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності / Н.М. Селіванова, Н.С. Качанова // Економіка: реалії часу.
3. Феофанова, І., & Антонова, О. (2020). Проблеми обліку основних засобів на підприємстві. *Молодий вчений*, 11 (87), 205-208. вилучено із <https://molodyvchenyi.ua/index.php/journal/article/view/129>

21. Облік витрат на оплату праці під час воєнного стану

Соколи Ангеліна, Духновська Людмила

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Заробітна плата як соціально-економічна категорія задовольняє особисті та сімейні потреби працівників і, разом із цим, стимулює розвиток суспільного виробництва, зростання продуктивності праці, скорочення витрат на виробництво.

Матеріали і методи. Дослідженням проблем бухгалтерського обліку трудових відносин присвячені наукові праці вітчизняних вчених, таких як: Білуха М.Т., Ткаченко Н.М., Беренда Н.І., Грабова Н.Н., Лахтіонова Л. А., Лушкін В. А., Пономарьов В. Д., Носова С. С., Сопко В.В., Савицька Г.П. та інших.

Результати. Заробітна плата має певні форми та відповідно різні нарахування в залежності від неї. Аналізуючи останні зміни законодавства України щодо оплати праці хочемо зазначити, що мінімальна погодинна оплата праці з 01.01.2024 року складає 42,6 грн., вона також залежить від класифікації і фактично відпрацьованих годин. Мінімальна заробітна плата на 01.01.2024 року складає 7100 гривень за місяць. З 1 квітня планується підняття до 8 000 гривень за місяць та 48 гривень за годину.

Під час воєнного стану нормальна тривалість робочого часу збільшується до 60 годин на тиждень лише для працівників, зайнятих у сфері національної оборони, або тих що задіяні на громадських роботах тощо. Нормальна тривалість робочого часу для всіх працівників не може перевищувати 40 годин на тиждень.

На сьогоднішній день працедавець має право обмежити тривалість щорічної основної відпустки працівника 24 календарними днями у поточному році. Якщо тривалість такої відпустки перевищує 24 календарні дні, то невикористані дні відпустки переносяться на період після закінчення воєнного стану. Роботодавець також може відмовити працівникові у наданні відпустки, якщо працівник залучений до виробництва продукції оборонного призначення або підготовки мобілізаційних замовлень за поточний робочий рік. Внесено зміни до положень про неоплачувані відпустки, а саме: збільшена тривалість відпустки без збереження зарплати до 30 календарних днів, яка надається працівникам за сімейними обставинами за угодою з роботодавцем. Починаючи з 24 грудня 2023 року періоди відпусток без збереження зарплати, які надаються працівникам за угодою з роботодавцем, не дають права на щорічну відпустку. Рахунок 66 "Розрахунки за виплатами працівникам" призначено для обліку розрахунків з оплати праці та узагальнення інформації про розрахунки з оплати праці з обліковим і необліковим персоналом підприємства, а також розрахунки за сумами оплати праці, не отриманими працівниками в установленний строк, з такими субрахунками 661 "Розрахунки за заробітною платою", 662 "Розрахунки з депонентами" та 663 "Розрахунки за іншими виплатами". На нашу думку, доцільним є відкриття додаткових субрахунків 4-го порядку. Виходячи з того, що через рахунок 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» здійснюються виплати сум, які не можна чітко ідентифікувати із заробітною платою, тому необхідно до рахунку відкрити субрахунки з більш детальною структурою.

Висновки. Створення резерву майбутніх витрат на оплату відпусток дозволяє постійно утримувати фактичні виробничі витрати на запланованому рівні, уникати їх різких коливань та рівномірно розподіляти витрати на оплату відпусток протягом звітного року, що, в свою чергу, стабілізує загальне становище компанії.

Література.

Гуренко Т.О. Облік оплати праці та трудові відносини у воєнний період. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1153/1111>

21.2.

Finance

Chairperson – professor Lada Shirinyan

Secretary – associate professor Svitlana Boiko

21.2.

Фінанси

Голова – професор Лада Шірінян

Секретар – доцент Світлана Бойко

1. Класифікація страхування в контексті нового Закону України «Про страхування»

Катерина Третяк, Ярослав Гончар

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Класифікація страхування відіграє ключову роль у систематизації різноманітних видів страхування, що дозволяє легше регулювати страховий ринок та забезпечувати ефективне функціонування страхових компаній.

Матеріали і методи. При дослідженні класифікації страхування та її ролі у систематизації різноманітних видів страхування використано аналітичний метод для аналізу літератури та законодавчих актів, а також огляду практики регулювання страхового ринку в інших країнах. При аналізі впливу виділення класів страхування на різні аспекти діяльності страховиків використано методи аналізу статистичних даних та моделювання впливу різних чинників на функціонування страхового ринку.

Результати та обговорення. Класифікація за класами страхування визначена в новому законі «Про страхування» №1909-IX [1], який набув чинності з 1 січня 2024 р. Визначення класів страхування дає змогу НБУ контролювати діяльність страховиків, захищаючи інтереси страхувальників. Визначення класів страхування на законодавчому рівні [2] звільняє страхові компанії від обов'язку отримання ліцензії для кожного виду страхування, оскільки при отриманні ліцензії враховується клас страхування, відповідно до якого страховик має отримати лише одну ліцензію.

Класи страхування впливають на диференціацію страхових компаній щодо мінімального статутного капіталу: для страховиків, які надають послуги зі страхування життя 48 млн. грн.; інші – 32 млн. грн. За законом визначено 18 класів страхування іншого, ніж страхування життя та 5 класів в страхуванні життя.

Викремлення класів страхування дає можливість покращити реалізацію страхових продуктів за рахунок: формулювання особливостей та класифікаційних ознак класів страхування, ризиків в межах класів страхування; систематизація порядку здійснення страховиками діяльності з укладання договорів за класами страхування (ризики в межах класів страхування); врегулювання питань правових наслідків у разі дострокового припинення дії договору страхування; систематизація переліку ризиків в межах класу страхування, в тому числі для забезпечення можливості страховим організаціям визначати обсяг ліцензії за окремим ризиком у межах класу страхування; прозорості умов договорів страхування, логічності та однозначності їх викладення, посилення захисту прав та законних інтересів клієнтів.

Висновки. Законодавче визначення класів страхування стандартизує і сприяє розвитку страхового ринку, підвищує його ефективність, забезпечує фінансову стабільність та захист інтересів страхувальників з врахуванням міжнародних стандартів страхування.

Література.

1. Закон України «Про страхування» від 18.11.2021 р. №1909-IX. URL: <https://www.rada.gov.ua/>.

2. Директива 2009/138/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25.11. 2009 року про започаткування та ведення діяльності у сфері страхування та перестрахування. URL: <https://www.rada.gov.ua/>.

2. Управління фінансовими ресурсами страхової компанії

Іван Вачуга, Інна Дем'яненко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проведене дослідження теоретичних і практичних аспектів діяльності страхової компанії з метою пошуку оптимальних напрямків вдосконалення управління її фінансовими ресурсами.

Матеріали і методи. Матеріалом дослідження виступили звітні дані щодо формування і використання фінансових ресурсів страховика, що базувалось на фундаментальних положеннях фінансової теорії із застосуванням аналітичних методів.

Результати і обговорення. Управління фінансовими ресурсами страхової компанії охоплює процеси планування, формування, розподілу й використання фінансових ресурсів. Головною метою є формування єдиного власного джерела їх приросту – прибутку [1]. У центрі діяльності страхової компанії знаходяться страхувальники, оскільки вони є основним джерелом отримання фінансових ресурсів у вигляді страхових платежів. На другому етапі починається розподіл і трансформація отриманих коштів. В першу чергу, в частині нетто-ставки страхова премія прямує на формування страхових резервів. За рахунок страхових внесків у частині навантаження йде покриття витрат на ведення справи та управління, а сума, що залишилася і складає прибуток від проведення страхових операцій. Прибуток (після сплати усіх податків) та у разі проведення успішної страхової діяльності поповнює капітал власника. Виплата страхових відшкодувань, погашення зобов'язань перед страхувальниками відбувається завдяки використанню страхових резервів. Коли коштів нормативних страхових резервів недостатньо, виникає дефіцит. У цьому випадку на здійснення страхової виплати спримовуються власні засоби страховика - нерозподілений прибуток. Зазвичай страхові резерви накопичуються і в певний момент часу можуть приймати участь у фінансовій та інвестиційній діяльності - приносити прибуток страховику. Таким чином фінансовими ресурсами забезпечується основний операційний цикл страхування та інвестиційна діяльність страховика. Розглянута послідовність формування фінансових потоків страхової діяльності, основні аспекти поточної страхової діяльності – збір страхових премій (формування потоку надходження страхових платежів); врахування доходу страховика; аналіз та проведення витрат, пов'язаних із операціями страхування, співстрахування та перестрахування свідчить про необхідність виявлення та врахування багатьох аспектів.

У практиці управління фінансовими ресурсами страховика широко застосовують аналітичні методи: горизонтальний, вертикальний, трендовий, порівняльний, аналіз ризиків, коефіцієнтів та факторний. Таким чином, використання даних методів аналізу в процесі формування й управління фінансовими ресурсами страхових компаній, дозволить підвищити ефективність діяльності, у результаті більш детального вивчення джерел формування, динаміки росту й оцінити ефективність напрямків використання.

Висновки. Управління фінансовими ресурсами страхової компанії необхідно розглядати в комплексі з аналізом усіх аспектів діяльності та враховувати прямий і непрямий вплив різноманіття зовнішніх і внутрішніх факторів.

Література

1. Козак О.О., Жильцов М.О. Ключові елементи формування фінансових джерел розвитку страхової компанії як складової його ресурсного потенціалу. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2018. № 1. С. 44-50.

3. Вплив маркетингової діяльності на фінансові результати страхової компанії

Анастасія Бочарнікова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Впровадження маркетингових стратегій у діяльність страхових компаній сприяє підвищенню ефективності надання послуг. Активна маркетингова діяльність призначена вивчати потенційну аудиторію, виділяючи групи споживачів, які принесуть страховій компанії вагомий фінансовий результат у довгостроковій перспективі.

Методи дослідження. В роботі використано методи спостереження, порівняння, абстрактно-логічний, структурний та графічні методи.

Результати і обговорення. Аналіз різних підходів до визначення сутності страхового маркетингу, дав змогу визначити страховий маркетинг як систему заходів і прийомів, які включають аналіз і збір інформації, спрямовані на розробку страхових продуктів (послуг), формування попиту на них, ефективний збут та максимальне задоволення потреб страхувальників.

Обов'язковою умовою для діяльності страхової компанії є проведення маркетингової політики. Вона відображає роботу в сфері просування на ринку, а також внутрішньо організаційний розвиток, що відноситься до ринкової діяльності страхових компаній. Виділяють такі елементи маркетингової політики: товарна, торгова, просування, цінова, логістична, аналітична [1, с. 154].

В роботі проведено аналіз маркетингової діяльності страхової компанії АТ «СК «Інго», який показав, що у страховика немає суттєвих недоліків. Такі складові маркетингової політики, як якість реклами, якість надання послуг, система збуту та асортимент послуг мають більше переваг, ніж недоліків. Результати діяльності страховика та напрацьована клієнтська база є результатом невисоких цін на послуги. Кількість укладених договорів страхування та постійне їх збільшення може свідчити про високий рівень довіри до компанії, про виконання всіх своїх обов'язків перед суб'єктами господарювання та про позитивний імідж компанії на ринку страхових послуг.

Розроблено комплекс заходів, спрямованих на покращення маркетингової діяльності страхової компанії «Інго». Страхова компанія АТ «СК «Інго» має долучатись до активного використання маркетингових каналів, як традиційних так і інноваційних діджиталізаційних кроків для просування власного бренду та своїх страхових послуг страхувальникам.

Висновки. Основними напрямками вдосконалення маркетингової діяльності страховиків мають бути: використання цифрових каналів комунікації (соціальні мережі та інші онлайн-канали); персоналізовані страхові продукти та послуги, що відповідають індивідуальним потребам клієнтів; розвиток інноваційних страхових продуктів та послуг; підвищення якості обслуговування та прозорості страхових послуг, що дасть змогу страховим компаніям підвищити довіру клієнтів до своїх послуг та забезпечити стабільний розвиток на ринку; застосування штучного інтелекту та аналітики даних.

Література

1. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка. 2020. 347 с.

4. Оцінка економічної ефективності діяльності банківської системи

Олексій Лисенок

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В останньому десятилітті проблеми оцінки економічної ефективності банківської системи стали досить актуальними і часто досліджуються у світовій та вітчизняній економічній літературі, проте вирішення цієї проблеми залишається й досі не повністю вирішеним завданням у теоретичному та практичному аспектах.

Матеріали і методи. В дослідженні були використані аналітичні матеріали НБУ та методи порівняння й коефіцієнтів, що широко використовуються в аналізі банківської діяльності.

Результати. Для оцінки економічної ефективності діяльності банківської системи, з погляду залучення та використання фінансових ресурсів, візьмемо офіційні вихідні дані НБУ, що показують результати діяльності всієї банківської системи, та розрахуємо у динаміці основні показники.

Протягом 2014 – 2022 рр. частка коштів клієнтів у пасивах банків постійно зростала і на початок 2023 року становила 77,5%, Окрім цього, позитивною динамікою є зниження протягом 2017 – 2023 рр. середньої вартості залучених коштів з 11,35% до 3,59%, тобто на 7,76 п. п. Питома вага залучених коштів від фізичних осіб у депозитному портфелі банківських установ протягом аналізованого періоду поступово знижувалася до 2022 р. за рахунок зростання питомої ваги залучених коштів від суб'єктів господарювання. Проте на 01.01.2023 р. динаміка змінилась у протилежному напрямку і частка залучених коштів від фізичних осіб становила 51,20%, а від суб'єктів господарювання – 48,80% відповідно. Таким чином, економічна ефективність діяльності вітчизняних банків в частині пасивних операцій більшою мірою спрямована на роботу з населенням та наданням йому максимально можливої кількості банківських послуг.

Що стосується активних операцій, то питома вага кредитного портфеля в активах банків зростала до 2019 року, але протягом останніх років спостерігається поступове зниження частки кредитного портфеля в активах з 82,29% на початок 2019 р. до 44,06% на початок 2023 р. Така тенденція щодо банківського кредитування пов'язана з пандемією COVID-19 та початком повномасштабної війни росії проти України. Проте середня доходність кредитного портфеля протягом останніх років зростала і становила на 01.01.2023 майже 17%. Слід також відмітити зростання питомої ваги наданих кредитів фізичним особам протягом останніх років, яка становила на 01.01.2023 р. 20,26%. Проте з 2017 по 2023 рр. знизилась частка виданих кредитів суб'єктам господарювання: на 01.01.2017 р. вона становила 84,21%, але вже на 01.01.2023 р. вона зменшилась на 6,87 п. п. і становила 77,34%. Таким чином, протягом аналізованого періоду економічна ефективність діяльності вітчизняних банків в частині активних операцій спрямована, в першу чергу, на задоволення попиту на кредити з боку фізичних осіб.

Висновки. Отже, результати проведеного дослідження свідчать про загальний високий рівень економічної ефективності діяльності вітчизняної банківської системи, яку слід досліджувати за окремими напрямками фінансово-економічної діяльності кожної банківської установи.

5. SWOT–аналіз в системі оцінки ділової активності підприємства харчової промисловості

Аліна Рудчик, Ганна Роганова

Національний університет харчових технологій, Київ, України

Вступ. Широке застосування SWOT–аналізу обґрунтовується тим, що стратегічне управління пов'язане з великими масивами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, аналізувати, використовувати, а відтак виникає потреба пошуку, розробки та застосування методів організації такої роботи. SWOT–аналіз не містить остаточної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обробки всієї наявної інформації.

Матеріали і методи: У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження діяльності суб'єктів господарювання.

Результати застосування SWOT–аналізу до ПрАТ «Оболонь» наведено на рис. 1 і підтверджують наявність потенціалу для покращення підприємством своїх ринкових позицій.

Так, реалізація результатів SWOT–аналізу дозволяє стверджувати про можливість ПрАТ «Оболонь» увійти у нові сегменти ринку збуту, тим самим обслуговувати додаткові групи споживачів; також, залучаючи інвесторів в процес фінансування операційної діяльності та маючи значні виробничі потужності, ПрАТ «Оболонь» може суттєво розширити виробництво при збереженні (підвищенні) якості продукції. Також існує можливість підвищення продуктивності праці за рахунок підвищення заробітної плати та розробки новітньої систем мотивації працівників.

Найбільшу увагу необхідно приділити слабкостям і загрозам компанії, аби вплив цих факторів не призвів до погіршення ситуації. На сьогоднішній день головною проблемою у макросередовищі є військова агресія росії на території України та складна політична ситуація в Україні, наслідком чого є спад економіки з погіршенням купівельної спроможності населення. Оцінка факторів мікросередовища дозволяє рекомендувати такі управлінські дії стратегічного характеру як: пожвавлення інвестиційної політики підприємства, впровадження інноваційних методів виробництва та управління, балансування грошових потоків у часі за обсягом для нейтралізації касових розривів та перебоїв фінансування виробничого процесу при відсутності можливості залучать короткострокове фінансування.

Якщо брати до уваги зниження рівня ділової активності ПрАТ «Оболонь», то це перш за все це пов'язано з військовим станом на території України, який звужує можливості компанії:

- обмеження доступу до залучення позикових коштів, зокрема нарощення власних є мінімальним. Як наслідок, відчутний брак в обігових коштах для покриття всіх виробничих та фінансових потреб;
- проблеми у налагодженні взаємодії між контрагентами – через ведення бойових дій є проблеми у своєчасній поставці продукції контрагентам;
- наявність повітряних тривог призводить до збоїв виробничого процесу, наслідком чого є зменшення продуктивності праці.

6. Фінансовий аналіз як інструмент ідентифікації та управління фінансовими загрозами для бізнесу

Віталія Демченко

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ,
Україна*

Вступ. Фінансовий аналіз в якості інструменту ідентифікації та управління фінансовими загрозами для підприємств нині є актуальним напрямом в контексті сучасного бізнесу. Він є невід'ємною складовою вирішення фінансових викликів та дозволяє систематично використовувати фінансові дані для підтримки прийняття рішень, спрямованих на підвищення прибутковості та фінансової стабільності підприємства.

Методи досліджень. У сучасних умовах бізнесу фінансові загрози або ризики представляють собою потенційні події або ситуації, які можуть негативно позначитися на фінансах організації. Вони можуть виникнути з різних джерел, таких як волатильність ринку, непродуктивність операцій, зміни в законодавстві чи технологічні зміни. Ідентифікація та адекватне управління такими ризиками є вирішальними для збереження фінансового здоров'я та стійкості бізнесу.

Результати і обговорення. Фінансовий аналіз, в основному, базується на використанні статистичних інструментів та методів для аналізу фінансових даних з метою отримання важливих висновків. Він охоплює широкий спектр дій, включаючи: аналіз фінансових звітів, бюджетування, прогнозування та управління ризиками. Значимість фінансового аналізу в ідентифікації та управлінні фінансовими загрозами не може бути недооціненою. Фінансовий аналіз сприяє ідентифікації фінансових загроз. Шляхом аналізу фінансових даних підприємства можуть виявляти тенденції, паттерни та аномалії, які можуть вказувати на потенційні фінансові ризики.

Фінансовий аналіз допомагає в управлінні фінансовими загрозами. Підприємства можуть розробляти стратегії для зменшення виявлених фінансових ризиків. Наприклад, якщо підприємство виявляє потенційну загрозу у вигляді збільшення конкуренції, воно може розробити стратегії, такі як диференціація продукту або агресивний маркетинг. Або у разі виявлення загрози в операційних процесах можна впровадити заходи з економії коштів або вдосконалення процесів.

Важливо враховувати, що фінансовий аналіз є стратегічним компонентом управління ризиками, який допомагає підприємствам прогнозувати, реагувати та адаптуватися до змін у фінансовому середовищі. Ретельно проведений фінансовий аналіз дозволяє виявити не лише очевидні ризики, але й потенційні можливості для розвитку та зростання.

Висновки. Фінансовий аналіз є необхідним елементом стратегічного управління для підприємств у сучасному світі бізнесу. Він допомагає підприємствам розуміти, оцінювати та реагувати на фінансові загрози, що дозволяє забезпечити їхню стійкість та успішність у глобальному ринковому середовищі. Ретельне використання фінансового аналізу стає ключем до досягнення високих результатів та забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.

Література.

1. Костенко, Ю., Короленко, О., Гузь, М. (2022). Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (43). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-77> (дата звернення: 10.03.2024).

7. Корпоративна культура під час війни

Катерина Третяк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах постійних змін у бізнес-середовищі, включаючи військові конфлікти, економічні кризи та пандемії, роль корпоративної культури стає ще більш важливим фундаментом для стійкого розвитку та успіху в незвичайних обставинах.

Матеріали і методи. Для дослідження впливу корпоративної культури на діяльність компаній в умовах воєнного конфлікту використано різні методики та аналітичні підходи для вивчення цієї проблеми з різних сторін, а саме: аналітичний при огляді наукових публікацій та вивченні досвіду успішних корпорацій; аналіз емпіричних даних для визначення впливу воєнного конфлікту на корпоративну культуру та ефективність діяльності корпорацій.

Результати та обговорення. Успішні корпорації активно використовують корпоративну культуру як інструмент для зростання продуктивності, підвищення рівня задоволеності працівників та покращення результативності [1]. Корпоративна культура впливає на всі аспекти діяльності корпорації, сприяє підвищенню ефективності та продуктивності, а також збільшує привабливість компанії для потенційних працівників та клієнтів [2]. Вона створює основу, яка дозволяє корпорації ефективно функціонувати навіть у складних умовах.

В Україні корпоративна культура залишається актуальною проблемою для багатьох компаній. Важливість корпоративної культури для корпорацій під час війни надзвичайно велика, оскільки вона стає ключовим фактором у збереженні стабільності та ефективності функціонування корпорації в умовах кризи. Ось аспекти, які підкреслюють важливість корпоративної культури під час воєнних дій. Ефективне керівництво та прийняття рішень. Корпоративна культура, що підтримує відкритий обмін інформацією, довіру до керівництва та колективність прийняття рішень, є критично важливою для успішного управління корпорацією в умовах воєнного конфлікту. Стійкість та адаптивність. Воєнні дії можуть призвести до серйозних змін у бізнес-середовищі, включаючи перерви в постачанні, зміни в правовому середовищі та зростання ризиків. Корпоративна культура, яка сприяє стійкості та гнучкості, дозволяє корпораціям адаптуватися до нових умов та швидко реагувати на зміни. Збереження репутації та відносин зі зацікавленими сторонами. Під час війни важливо зберігати довіру та підтримку як власних працівників, так і клієнтів, партнерів та інших зацікавлених сторін. Тому, корпоративна культура стає важливим фундаментом для збереження стабільності та ефективності корпорацій під час війни, забезпечуючи відданість персоналу, ефективне керівництво та збереження репутації підприємства.

Висновки. Корпоративна культура постійно змінюється та адаптується до нових умов. Тому керівництво корпорації повинно постійно вдосконалювати та розвивати свою культуру, своєчасно відповідаючи на виклики сучасного бізнесу.

Література.

1. Смесова, В. Л., Ковтун, Н. В. (2023). Оцінювання рівня розвитку корпоративної культури промислового підприємства в контексті управління та інноваційного розвитку. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 1, 172-180.
2. Gooderham, P. N., Pedersen, T., Sandvik, A. M., Dasi, À., Elter, F., & Hildrum, J. (2022). Contextualizing AMO Explanations of Knowledge Sharing in MNEs: *The Role of Organizational and National Culture*. *Management International Review*, 62(6), 859-884.

8. Економіко-математичні показники у проєктному менеджменті підприємств АПК України

Юрій Кулинич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Економічні здобутки та успіхи високорозвинених країн завжди ґрунтувались на базових галузях національних економік. АПК – це потужна галузь, вплив якої на функціонування і розвиток всієї економіки є вирішальним.

Матеріали і методи. Досягнення можливого рівня забезпеченості продовольчої безпеки є принциповим завданням національної економіки, без вирішення якого неможливе успішне здійснення економічних, науково-технічних і соціальних програм, спрямованих на забезпечення державної незалежності. Повне використання власної с/г сировини зменшує залежність від постачальників, спрощує вирішення соціальних проблем, створює умови для розвитку науки, передових технологій, торгівлі тощо.

Результати. Одним з необхідних факторів збільшення рівня переробки сільськогосподарської продукції є комплексне підвищення ефективності управління бізнес-процесами агро-компанії, в тому числі і через застосування ефективного економіко-математичного моделювання в підтримці прийняття проєктних рішень в рамках корпоративної системи менеджменту компанії.

Менеджменту українських агро-компаній при розгляді питання ефективного застосування інтелектуальної парадигми менеджменту важливо усвідомити, що оптимальна конфігурація інтелектуальних методів/алгоритмів пошуку та побудови більш ефективних економіко-математичних моделей – це реальний та порівняно швидкий спосіб підвищення ефективності менеджменту.

В інформаційній економіці надто важливим питанням є ефективна, результативна аналітична обробка даних з метою отримання потенційно корисної та зрозумілої інформації та знань для прийняття ефективного рішення. Зважаючи на наступну сучасну специфіку: дані мають необмежений обсяг; дані є різномірними (кількісними, якісними, текстовими); результати аналізу повинні бути конкретними та зрозумілими; інструменти для такої поглибленої обробки, аналізу та аналітики даних повинні бути ефективними в користуванні у вищезазначених багатофакторних кризових умовах.

Основним завданням діяльності підприємств АПК є забезпечення належного рівня вирощування та переробки сільськогосподарської продукції. Проблема поліпшення якості та кількості балансу продукції має вирішуватись шляхом освоєння нових методів переробки сільськогосподарської продукції, природні особливості якої значною мірою визначають специфіку галузі: планування, організацію процесу, матеріально-технічну базу і визначення промислового значення вирощеної продукції.

Висновки. Найбільший потенціал подальшого підвищення ефективності економіко-математичних моделей полягає у використанні гібридно-сценарного підходу для пошуку/побудови машинного навчання нових і удосконалення існуючих економіко-математичних моделей інформаційно-управляючих систем.

Література

1. Krasnyuk, M., Kulynych, Y. (2022), E-business and e-commerce technologies as an important factor for economic efficiency and stability in the modern conditions of the digital economy. *Grail of Science*, №. 17, pp. 69-81.
2. Kulynych Y., Krasnyuk M. and Krasniuk S. (2022), Knowledge discovery and data mining of structured and unstructured business data: problems and prospects of implementation and adaptation in crisis conditions. *Grail of Science*, (12-13), pp. 63–70.

9. Податкові важелі забезпечення фінансового розвитку підприємства

Крістіна Гольденберг

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Податкові важелі є одним з важливих інструментів фінансового управління підприємством. Вони дозволяють оптимізувати податкове навантаження та підвищити фінансові результати діяльності підприємства.

Методи дослідження. У роботі використано методи аналізу та синтезу, статистичні методи, метод моделювання.

Результати і обговорення. Механізм впливу податкових важелів на фінансовий розвиток підприємства є досить складним і залежить від конкретних податкових положень, економічного оточення та стратегії самого підприємства. Податкові важелі можуть впливати на фінансовий розвиток підприємства таким чином: стимулювання інвестицій, оптимізація податкового навантаження, стимулювання досліджень та розвитку, зменшення податкових ризиків, створення фіскальних стимулів, підтримка соціально відповідальних ініціатив, міжнародна оптимізація [1, с. 221].

В роботі надано оцінку особливостям використання податкових важелів та обґрунтовано рекомендації щодо підвищення ефективності використання податкових важелів ТОВ «Медичний центр «Гравімед». Запропоновано скористатися податковою пільгою: згідно з п. 141.4 Податкового кодексу України, ставка податку на прибуток для платників податку, які здійснюють діяльність у сфері охорони здоров'я, становить 15% [2]. Внаслідок запровадження такої рекомендації ТОВ «Медичний центр «Гравімед» може зекономити 0,132 тис. грн, які можуть бути використані для інвестування в розвиток підприємства, підвищення заробітної плати працівникам.

Висновки. Успішне впровадження заходів з оптимізації податкової політики приведе до значного збільшення чистого прибутку ТОВ «Медичний центр «Гравімед» за рахунок зменшення податкового навантаження, дозволить поліпшити свої фінансові показники та посилити свої позиції на ринку.

Література

1. Іванишина О. С., Забарна Т. А., Мискіна О. О. Податкова система: Навчальний посібник. за заг. ред. Андрушенка В. Л. К.: «Центр учбової літератури», 2015. 416 с.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2012 № 2755-VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2013. № 13-14, № 15-16, № 17. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 24.01.2024)

10. Оподаткування оптової та роздрібної торгівлі

Олександра Куліш, Світлана Бойко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ Суб'єкти господарювання, що активно займаються торгівлею, мають можливість вибору між загальною системою оподаткування та спрощеною. Спрощена система оподаткування передбачає можливість сплати єдиного податку, замість податку на прибуток, податку на доходи фізичних осіб самого підприємця, податку на додану вартість, постачання товару на митній території України, податку на майно.

Матеріали та методи. У роботі використано методи аналізу та синтезу, наукового узагальнення.

Результати та обговорення. Оцінено особливості оподаткування оптової та роздрібної торгівлі: порівняно три групи спрощеного оподаткування та фіксовані ставки розміру єдиного податку, які встановлюють та визначаються місцевими органами влади.

Суб'єкти господарювання торгівлі можуть обрати одну з трьох груп платників єдиного податку:

Перша група - це фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб та здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню. Обсяг доходу від надання цих послуг протягом календарного року не повинен перевищувати 167 мінімальних заробітних плат. Ставка розміру єдиного податку становить не більше 10% прожиткового мінімуму.

Друга група - це фізичні особи - підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку або населенню, виробництво або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства. Обсяг доходу від надання цих послуг протягом календарного року не повинен перевищувати 834 мінімальних заробітних плат. Якщо фізична особа - підприємець хоче обрати цю групу оподаткування, то вона має притримуватися деяких критеріїв протягом календарного року, наприклад: не використовують працю найманих осіб або кількість працівників не перевищує 10 осіб та не можуть бути фізичні особи - підприємці, які надають посередницькі послуги з надавати послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна, виробництва. Ставка розміру єдиного податку становить не більше 20% прожиткового мінімуму.

Третя група – це фізичні або юридичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми. Обсяг доходу від надання цих послуг протягом календарного року не повинен перевищувати 1167 мінімальних заробітних плат. Ставка розміру єдиного податку становить 3% у разі сплати ПДВ або 5% у разі не сплати ПДВ

Висновок. Результати дослідження показали, що підприємці можуть обрати будь-яку спрощену систему оподаткування для оптової та роздрібної торгівлі, яка відповідає вимогам першої, другої або третьої групи платників єдиного податку.

Література

1. Boiko, S., Nehrey, M., Davydenko, N., Karbivskiy, V. Tax Sustainability in Ukraine: A Case of Agricultural Companies. *Economies* 2023, 11, 6. <https://doi.org/10.3390/economies11010006>

11. Перспективи вдосконалення бюджетного фінансування закладів вищої освіти України

Данііл Захарченко, Інна Дем'яненко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проведено дослідження з метою пошуку оптимальних параметрів фінансового забезпечення закладів вищої освіти, що є важливою передумовою соціального та економічного розвитку суспільства. Україна має розгалужену та потужну систему закладів вищої освіти, що особливо актуалізує дослідження.

Матеріали і методи. Матеріалом дослідження стали статистичні дані щодо фінансування закладів вищої освіти, методика дослідження ґрунтується на фундаментальних положеннях фінансової теорії застосовуючи аналітичні методи.

Результати і обговорення. Система фінансового забезпечення вищої освіти повинна реагувати на виклики сучасності, постійно оновлюватись та удосконалюватись оскільки пріоритети бюджетного фінансування в період воєнного часу суттєво змінилися [1]. Механізм фінансування ЗВО є множиною фінансових відносин з властивою йому сукупністю елементів (місії, цілей, принципів, суб'єктів, методів, форм, джерел, факторів забезпечення та аналітичних інструментів), на основі чого досягається необхідний рівень фінансування, функціонування та розвитку цих закладів. Існує декілька основних моделей фінансування вищої освіти, які використовують провідні країни світу. В більшості випадків ці моделі передбачають поєднання державного і приватного фінансування: 1) бюрократична модель фінансування, що передбачає фінансування ЗВО виключно за рахунок державних коштів. За такої моделі держава може повністю контролювати діяльність ЗВО за допомогою як нормативно-правового регулювання, так і фінансових важелів, тобто визначати організаційну структуру закладу вищої освіти, кількість відділень, персоналу, обсяг набору студентів; встановлювати пріоритетні напрями підготовки та тематику наукових досліджень; 2) колегіальна модель, за якої ЗВО фінансуються переважно за рахунок держави, але мають право залучати фінансування з приватних джерел у різних формах (плата за навчання, отримання грантів через проекти, виконання науково-дослідних робіт на замовлення приватних інвесторів, тощо); 3) ринкова модель фінансування, котра передбачає тісну співпрацю всіх учасників системи вищої освіти, а також обов'язкове залучення альтернативних джерел фінансування. Тобто всі рішення щодо фінансування ЗВО, його стратегічного розвитку, пропонованих програм підготовки повинні прийматися в тісній взаємодії між надавачами та користувачами академічних послуг, державою, що представляє суспільні інтереси, та органами управління закладів вищої освіти.

Висновки. Для вирішення проблем фінансування закладів вищої освіти України доцільно провести такі заходи: реалізація заходів щодо надання фінансової автономії ЗВО; імплементація механізмів кредитування для фінансування освітніх послуг для здобувачів вищої освіти; збільшити обсяги акумулювання фінансових ресурсів у ЗВО; створити нову модель взаємодії між державою, ЗВО та банківськими установами; впровадження інструментів державно-приватного партнерства; розвиток принципу «гроші ходять за студентом».

Література

1. Чернега В. В. (2023), Фінансове забезпечення закладів вищої освіти як інструмент соціально-економічного розвитку країни. *Економіка та суспільство*. Вип. 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2161>

12. Облік часток учасника товариства з обмеженою відповідальністю у центрального депозитарія цінних паперів

І.А. Негода

Харківський національний університет внутрішніх справ, Київ, Україна

Вступ. 01.01.2023 набрали чинності зміни до Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», які імплементували додатковий запобіжний захід захисту від неправомірних дій щодо права власності на частку в товаристві з обмеженою відповідальністю.

Результати і обговорення. Так, в Законі передбачено право учасників товариства прийняти рішення про облік часток товариства у Центральному депозитарію цінних паперів, який в ЄДРПОУ формувань фіксує обставини набуття, припинення та обмеження прав на такі частки.

Відповідно до п.4 ч.5 ст. 11 Закону у статуті товариства зазначаються відомості про облік часток товариства в обліковій системі часток товариств з обмеженою відповідальністю та товариств з додатковою відповідальністю, що ведеться Центральним депозитарієм цінних паперів (далі - облікова система часток).

Згідно ст.15-1 Закону учасники товариства у будь-який момент відповідно до цього Закону можуть прийняти рішення про облік часток товариства в обліковій системі часток або про припинення обліку часток в такій системі, що ведеться Центральним депозитарієм цінних паперів на підставі договору з товариством, у порядку, встановленому Комісією.

Законодавством визначено, що ПАТ НД України веде та вносить змін до облікової системи часток виключно в електронному вигляді, при цьому датою початку та припинення обліку є дата внесення відповідної інформації до ЄДРПОУ.

Як передбачено п. 14 ч. 2 ст. 30 та ч. 3 ст. 34 Закону, прийняття рішення щодо обліку або припинення обліку часток товариства в обліковій системі часток належить до виключної компетенції загальних зборів учасників ТОВ і приймаються одностайно всіма учасниками товариства, які мають право голосу з відповідних питань.

Вищевказаному положенню закону відповідають положення Рішення від 17.05.2023 № 525 згідно якого після прийняття рішення щодо обліку часток товариства в обліковій системі часток, товариство укладає з ПАТ НД України договір щодо обліку часток товариства в обліковій системі часток.

Так, ПАТ НД України відкриває рахунок в обліковій системі часток ПАТ НД України на підставі договору щодо обліку часток товариства в обліковій системі часток для здійснення обліку, викупленої товариством частки, іншої інформації відповідно до внутрішніх документів ПАТ НД України.

Висновки. Отже, механізм обліку часток учасника товариства. Система обліку часток товариств передбачає можливість відкриття рахунків умовного зберігання (ескроу) часток товариства, що дозволяє забезпечити гарантоване внесення змін до облікової системи часток щодо права власності на таку частку іншої особи, підвищує гарантії кредиторів права вимоги яких забезпечуються заставою прав на частку ТОВ, ефектилізує процеси управління підприємством та запобігатиме вчиненню незаконних дій у процесі переходу та перереєстрації права власності на частки товариства.

Література

1. Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю».
2. Рішення НКЦПФР від 17.05.2023 р. № 525 “Про затвердження Порядку ведення облікової системи часток товариств з обмеженою відповідальністю та товариств з додатковою відповідальністю”.

13. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на кризовий стан підприємства

Дмитро Артеменко, Іван Колядюк

*ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»,
Миколаїв, Україна*

Вступ. Світова фінансово-економічна криза може мати серйозний вплив на економіку країн, включаючи Україну. У таких умовах управління діяльністю підприємства стає важливою складовою для виживання та успішного функціонування.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічною основою дослідження слугував системний аналіз як науковий метод пізнання. При здійсненні дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: індукція та дедукція, спостереження, аналіз і синтез, монографічний.

Результати. На кризовий стан підприємства впливають внутрішні і зовнішні фактори. Розглянемо вплив внутрішніх факторів:

1. Дефіцит власного оборотного капіталу:
 - причина - неефективна виробничо-комерційна діяльність чи неефективна інвестиційна політика;
 - наслідок - зменшення ліквідності, ускладнення платежів, можливе накопичення заборгованостей.
2. Низький рівень техніки, технології й організації виробництва:
 - причини - застаріле обладнання, застосування неефективних технологій, неоптимальна організація виробництва;
 - наслідок - зниження конкурентоспроможності, збільшення витрат, обмеження можливостей розвитку.
3. Зниження ефективності використання виробничих ресурсів:
 - причина - неоптимальне використання праці, матеріалів, обладнання;
 - наслідок - підвищення собівартості, збитки, низька продуктивність.
4. Створення наднормативних залишків
 - причина - неправильне планування виробництва, недооцінка ринкових умов;
 - наслідок - обмеження оборотності капіталу, зайві витрати на зберігання, можливість фінансових проблем.
5. Ненадійна клієнтура підприємства:
 - причина - погана кредитна політика, невдалі угоди з клієнтами;
 - наслідок - проблеми зі збором коштів, збільшення ризику банкрутства, нестабільність фінансової ситуації.

Ці фактори можуть взаємодіяти і створювати ланцюгові проблеми для підприємства, важко виходити з яких без комплексного аналізу та впровадження ефективних стратегій виправлення ситуації [1]. Оптимізація виробничих процесів, управління ресурсами та фінансами, а також вдосконалення стратегій взаємодії з клієнтами можуть сприяти вирішенню цих проблем.

Розглянемо вплив зовнішніх факторів, які також значно впливають на кризовий стан підприємства:

1. Економічні фактори:
 - причина - кризовий стан економіки країни, загальний спад виробництва, інфляція, фінансова нестабільність, зміни кон'юнктури ринку;
 - наслідок - зменшення попиту на товари та послуги, підвищення витрат, можливість банкрутства партнерів.
2. Політичні фактори:

- причина - нестабільність суспільства, зовнішньоекономічна політика держави, розриви економічних зв'язків, втрата ринків збуту, зміни умов експорту та імпорту;
- наслідок - несприятливі умови для бізнесу, невизначеність правового середовища, обмеження можливостей розвитку.

3. Посилення міжнародної конкуренції:

- причина - розвиток науково-технічного прогресу, що призводить до посилення конкуренції на світовому ринку;
- наслідок - зменшення частки ринку, підвищення вимог до якості та інновацій, необхідність адаптації.

4. Демографічні фактори:

- причина – скорочення чисельності, складу народонаселення, зниження рівня добробуту та культурного рівня суспільства;
- наслідок - вплив на розмір і структуру попиту на товари і послуги, зміни у споживчому ринку.

Ці зовнішні фактори можуть суттєво впливати на стратегію та ефективність підприємства. Підприємствам слід бути готовими до адаптації до змін в економічному, політичному та соціокультурному середовищі, а також розглядати можливість вдосконалення своїх стратегій та бізнес-процесів для оптимізації реакції на зовнішні виклики [2].

Висновки. Прогнозування та управління кризовими ситуаціями, діагностика криз і кризових явищ та застосування системи раннього попереджування та реагування є важливою складовою стратегічного управління підприємства.

Література

1. Марачевська А. Практична цінність антикризового управління підприємством у воєнний та післявоєнний час в Україні. *SWorldJournal*. 2022. №. 13-02. С. 8-13.
2. Хринюк О.С., Очеретяна О.В. Фактори виникнення кризових явищ та забезпечення сталого розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. Випуск 26. 2021. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/355 (дата перегляду 27.02.2024)

14. Функціональні цілі економічної безпеки підприємства

Андрій Карташов, Дмитро Курікша

*ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», Миколаїв,
Україна*

Вступ. Забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання є важливою умовою їхньої стійкості та успішного функціонування в умовах невизначеності та конкуренції. Загрози, ризики та небезпеки висувають нові вимоги до побудови та організації діяльності систем економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічною основою дослідження слугував системний аналіз як науковий метод пізнання. При здійсненні дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: індукція та дедукція, спостереження, аналіз і синтез, монографічний.

Результати. Економічна безпека підприємства є ключовим аспектом його успіху, оскільки забезпечує не лише захист від потенційних загроз, але й створює умови для сталого розвитку та конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі [1]. Розглянемо більш детально ключові елементи економічної безпеки підприємства:

1. Комплексна характеристика - економічна безпека враховує багатогранність діяльності підприємства, охоплюючи різні аспекти, такі як фінансова стійкість, конкурентоспроможність, управління ризиками, ресурсне забезпечення тощо.

2. Досягнуті та очікувані результати - враховує як минулі досягнення, так і майбутні очікувані результати. Це включає успіхи у минулому, а також стратегії та заходи, спрямовані на досягнення майбутніх цілей.

3. Узгодження цілей - підкреслює важливість взаємодії та взаємного узгодження різних цілей та завдань підприємства. Це може включати гармонізацію фінансових, виробничих, маркетингових та стратегічних цілей.

4. Раціональне використання ресурсів - підкреслює ефективне та оптимальне використання ресурсів підприємства, включаючи фінансові, людські, технічні та інші ресурси.

Основними функціональними цілями економічної безпеки підприємства є:

1. Фінансова ефективність та стійкість: фінансова ефективність означає забезпечення оптимального використання фінансових ресурсів для максимізації прибутку та рентабельності. Фінансова стійкість - це здатність підприємства витримати економічні труднощі та кризові ситуації без значних втрат.

2. Технологічна незалежність та конкурентоспроможність: технологічна незалежність означає можливість виробництва та впровадження власних технологій для забезпечення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність технічного потенціалу – це здатність підприємства ефективно конкурувати за допомогою свого технічного обладнання та інновацій.

3. Ефективне управління та організаційна структура: ефективне управління означає забезпечення оптимального прийняття рішень, використання ресурсів та досягнення стратегічних цілей. Оптимальна організаційна структура, тобто створення такої системи управління, яка сприяє координації та ефективності роботи підприємства.

4. Розвиток інтелектуального потенціалу: високий рівень кваліфікації персоналу означає забезпечення навичок та знань, необхідних для вирішення завдань підприємства. Ефективність корпоративних НДДКР, тобто впровадження та вдосконалення системи навчання та розвитку персоналу.

5. Екологічна стійкість: мінімізація впливу на навколишнє середовище, тобто розробка та впровадження екологічно відповідальних технологій та практик.

6. Правова захищеність: юридична безпека, тобто забезпечення дотримання всіх законів та нормативів, що стосуються діяльності підприємства.

7. Інформаційна та комерційна безпека: захист інформаційного поля, тобто забезпечення конфіденційності та цілісності інформації. Безпека комерційних інтересів, тобто захист інтелектуальної власності та комерційної таємниці.

8. Безпека персоналу, капіталу та майна: організація безпеки, що означає забезпечення умов безпеки для працівників та майна підприємства. Захист комерційних інтересів включає: юридичний захист (заклучення конфіденційних угод та договорів, які гарантують юридичний захист комерційної інформації); керування ризиками (аналіз та управління ризиками, пов'язаними з можливими загрозами для комерційних інтересів підприємства); конкурентна розвідка (моніторинг та дослідження діяльності конкурентів для збереження конкурентних переваг) [2].

Ці функціональні цілі спільно сприяють забезпеченню економічної безпеки підприємства та створенню оптимальних умов для його успішної діяльності.

Висновки. Головна мета економічної безпеки полягає у створенні таких умов, за яких підприємство може успішно функціонувати, адаптуватися до змін у навколишньому середовищі і досягати своїх стратегічних цілей. Це означає забезпечення стійкості до економічних труднощів, конкурентоспроможності, інноваційного розвитку та збереження резервів для подальшого росту.

Література

1. Боса І. Етимологія поняття «економічна безпека підприємства». *Вісник ХНУ*. № 6. Том 2. 2022. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vesnik/wp-content/uploads/2023/03/2022> (дата перегляду 27.02.2024)

2. Садовяк М.С. Особливості економічної безпеки підприємства. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2023. № 9. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/42529/1/16934078274615.pdf> (дата перегляду 01.03.2024)

15. Діагностика потенціалу підприємства

Сергій Слюсаренко, Віталій Цвітковський

*ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», Миколаїв,
Україна*

Вступ. Діагностика потенціалу підприємства є важливим етапом для формування ефективного стратегічного плану та підготовки до розвитку. Діагностика дозволяє з'ясувати наявні сильні та слабкі сторони, визначити можливості та загрози, а також здійснити аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічною основою дослідження слугував системний аналіз як науковий метод пізнання. При здійсненні дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: індукції та дедукції, спостереження, аналіз і синтез, монографічний.

Результати. Діагностика потенціалу підприємства дозволяє виявити ряд ключових аспектів та характеристик, які визначають його здатність до ефективної діяльності та конкурентоспроможності, а також виявити сильні та слабкі сторони, оцінити рівень готовності до змін і розробити стратегії подальшого розвитку[1]. Нижче представлено загальний підхід до діагностики потенціалу підприємства:

1. Аналіз стратегії - це процес вивчення та оцінки стратегічних цілей, планів та вибраних курсів дій підприємства з метою забезпечення його успішності та конкурентоспроможності. Аналіз стратегії також передбачає оцінку чіткості та адаптивності стратегії підприємства та визначення збігу стратегічних цілей із змінами в економічному середовищі.

2. Оцінка фінансового стану підприємства є процесом аналізу та оцінки його фінансової діяльності, щоб зрозуміти його фінансовий стан та стабільність. Цей процес включає у себе ретельний аналіз фінансової звітності, визначення різних фінансових показників та їх інтерпретацію, виявлення факторів, що можуть впливати на фінансову стабільність. Оцінка фінансового стану дозволяє керівництву, інвесторам, кредиторам та іншим зацікавленим сторонам отримати уявлення про фінансову роботу підприємства.

3. Оцінка виробничого потенціалу - це процес визначення та аналізу можливостей та резервів підприємства для виробництва продукції та надання послуг. Оцінка виробничого потенціалу дозволяє визначити, наскільки підприємство ефективно може використовуватися обладнання, ресурси, технології та персонал для досягнення поставлених цілей. Оцінка виробничого потенціалу включає: аналіз стану обладнання та технологій; визначення рівня автоматизації виробничих процесів; оцінку ефективності використання ресурсів [2].

4. Аналіз персоналу - це систематичний процес оцінки та вивчення характеристик та ефективності роботи робітників, менеджерів та інших працівників в організації. Мета такого аналізу полягає у забезпеченні оптимального використання робочої сили, аналізу системи управління персоналом визначенні потреб у навчанні та розвитку, а також плануванні стратегій для вдосконалення продуктивності та задоволення потреб організації

5. Оцінка ринкового потенціалу - це процес аналізу та визначення можливостей, які існують на ринку для успішного введення продукту чи послуги, включає: аналіз позиції на ринку та конкурентного середовища; визначення переваг та недоліків у продукції/послугах; вивчення попиту та поведінки споживачів. Ця оцінка дозволяє

компанії визначити, наскільки великим є попит на їхні товари чи послуги, і яким чином вони можуть конкурувати на ринку.

6. Аналіз інноваційного потенціалу - це процес визначення та оцінки здатності організації до впровадження та управління інноваційними ідеями та процесами. Цей аналіз дозволяє визначити, наскільки компанія готова до інновацій, які ресурси та здатності вона має для їхнього розвитку, і як вона може впливати на інноваційні зміни у своїй галузі.

7. Оцінка корпоративного управління - це процес аналізу та оцінки системи управління підприємства з точки зору ефективності, прозорості, відповідності нормам та стандартам, а також здатності забезпечити інтереси всіх зацікавлених сторін. Цей процес спрямований на визначення та вдосконалення принципів, практик та структур, які керують діяльністю підприємства та взаємодією його учасників.

8. SWOT-аналіз - це стратегічний інструмент для оцінки внутрішніх сильних і слабких сторін організації, а також зовнішніх можливостей і загроз. SWOT-аналіз передбачає: визначення сильних та слабких сторін; аналіз можливостей та загроз.

9. Виявлення ключових проблем та розробка рекомендацій включає: визначення проблем, які можуть впливати на розвиток підприємства; розробка стратегій вирішення виявлених проблем.

Висновки. Розглянутий комплексний підхід дозволяє отримати повністю оцінку потенціалу підприємства та підготувати конкретні рекомендації для покращення його ефективності та конкурентоспроможності.

Література

1. Воронкова Т. Є., Вовкодав А. Ю. Діагностика виробничого потенціалу підприємства. *Економічний простір*, № 160, 2020. С. 51-54. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/654> (дата звернення 28.02.2024 р.).

2. Сотник А. А. Діагностика бізнес-потенціалу підприємства. *Економіка, управління та адміністрування*, № 4 (102), 2022. с. 77–83. URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/272368-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-628087-1-10-20230118%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/272368-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-628087-1-10-20230118%20(1).pdf) (дата звернення 25.02.2024 р.).

16. Антикризове управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства

Костянтин Соколовський, Максим Ганган

*ІЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», Миколаїв,
Україна*

Вступ. Кризи ліквідності та неплатоспроможності є серйозними викликами для будь-якого підприємства. Вирішення проблем, пов'язаних із постійним та своєчасним аналізом показників ліквідності та платоспроможності балансу підприємства, а також розробка науково-методичних підходів щодо попередження та подолання кризи, набуває значної актуальності в умовах динамічного та конкурентного бізнес-середовища.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічною основою дослідження слугував системний аналіз як науковий метод пізнання. При здійсненні дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: індукції та дедукції, спостереження, аналіз і синтез, монографічний.

Результати. Антикризове управління ліквідністю та платоспроможністю є важливою складовою для забезпечення стійкості та ефективності підприємства в умовах фінансових труднощів. Розглянемо більш детально основні аспекти цієї структури:

1. Ліквідність підприємства вказує на його здатність вчасно виплачувати зобов'язання та забезпечувати нормальний оборот оборотних коштів. Управлінські заходи щодо управління ліквідністю підприємства спрямовані на забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів та підтримання оптимального рівня готівкових коштів і ліквідних активів [1]. До таких заходів можна віднести: планування та прогнозування (ретельне планування фінансових потреб і прогнозування грошових потоків на короткий і середній терміни; аналіз можливих варіантів розвитку подій та їх впливу на ліквідність), ефективне управління запасами (визначення оптимального рівня запасів, щоб уникнути надмірного або недостатнього запасу; використання методів JIT (Just-In-Time для зменшення запасів), кредитний контроль та управління дебіторською заборгованістю (систематичний контроль кредитних умов з партнерами і постачальниками; використання систем кредитного контролю для зменшення ризику неплатоспроможності клієнтів); оптимізація структури капіталу (розгляд можливостей залучення короткострокових та довгострокових джерел фінансування; оцінка рівня власних та позикових зобов'язань для забезпечення фінансової стійкості). раціоналізація фінансових операцій (управління операційними витратами та інвестиційними рішеннями для покращення ліквідності; здійснення ефективного керування фінансовими ресурсами та розміщенням грошей); використання фінансових інструментів (кредитні лінії та гарантії, для покращення ліквідності; укладання фінансових угод та договорів з банками для забезпечення доступності фінансових ресурсів; моніторинг та аналіз результатів (систематичний моніторинг фінансового стану підприємства; аналіз ефективності вжитих заходів та коригування стратегії управління ліквідністю). Ці заходи допомагають підприємствам забезпечувати необхідний рівень ліквідності та уникати фінансових труднощів.

2. Платоспроможність вказує на здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та оплатити витрати у поточному періоді. Управлінські заходи щодо управління платоспроможністю підприємства спрямовані на забезпечення можливості підприємства вчасно виконувати свої фінансові зобов'язання перед кредиторами і

17. Ризик", "небезпека" і "загроза" у контексті економічної безпеки підприємств

Андрій Шевченко, Костянтин Кулієв

*ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», Миколаїв,
Україна*

Вступ. Забезпечення економічної безпеки підприємств стає ключовим аспектом у сучасних умовах соціально-економічних труднощів та криз. Розуміння понять "небезпека", "загроза" та "ризик" важливо для ефективного управління та прийняття стратегічних рішень.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічною основою дослідження слугував системний аналіз як науковий метод пізнання. При здійсненні дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: індукція та дедукція, спостереження, аналіз і синтез, монографічний.

Результати. Важливо визначити та розрізнити поняття "ризик", "небезпека" і "загроза" у контексті економічної безпеки підприємств. Ці терміни мають свої унікальні визначення та відношення до можливих негативних впливів на підприємство. Використовуючи їх належним чином, можна більш точно аналізувати та управляти ризиками та забезпечити ефективні заходи з економічної безпеки.

1. Ризик - це ймовірність втрати або невдачі, пов'язана з конкретною подією або умовою. Ризик враховує як ймовірність виникнення події, так і можливі наслідки цієї події для підприємства. Він може бути виражений чисельно або визначений як категорія (низький, середній, високий).

У контексті економічної безпеки підприємства, ризик можна розглядати як ймовірність виникнення подій чи обставин, які можуть негативно вплинути на фінансовий стан, діяльність та результативність підприємства. Ризик може виникати з різних джерел і охоплювати різні аспекти підприємницької діяльності. Основні ризики, які впливають на економічну безпеку підприємства, включають:

а) фінансовий ризик: відсутність ліквідності; курсові ризики при роботі на зовнішніх ринках; збиткові операції та інші фінансові труднощі;

б) ринковий ризик: зміни у попиту та пропозиції на ринку; конкурентний тиск та стратегічні зміни в індустрії.

в) операційний ризик: технологічні збої у виробництві; проблеми з управлінням ланцюгами постачання; втрати через людські чинники, наприклад, недосвідчений персонал.

г) стратегічний ризик: невірна стратегія розвитку; невдачі у впровадженні нових продуктів чи технологій;

д) соціальний та репутаційний ризик: втрати репутації через скандали або недоліки у виробництві; проблеми з корпоративним соціальним відповідальністю. Управління ризиками в економічній діяльності підприємства передбачає визначення, оцінку та прийняття заходів для зменшення негативного впливу ризиків та забезпечення сталої економічної безпеки.

2. Небезпека - це конкретний фактор або умова, які мають потенційно шкідливий вплив на підприємство. Небезпека вказує на наявність чинника, який може викликати негативні наслідки. Це може бути свідомою або несвідомою ситуацією або станом речей. У контексті економічної безпеки підприємства, "небезпека" вказує на конкретні фактори чи умови, які можуть стати причинами потенційних загроз або ризиків для сталого функціонування підприємства. Небезпека може виникати як з внутрішніх, так і зовнішніх джерел [1].

а) внутрішні фактори небезпеки: несприятливі умови внутрішнього середовища (наприклад, недоліки у внутрішньому управлінні, конфлікти у команді, низький рівень корпоративної культури); технічні або виробничі проблеми (наприклад, витоки технологічної інформації, втрати через неефективне використання ресурсів);

б) зовнішні фактори небезпеки: економічні фактори (інфляція, економічні кризи, коливання валютних курсів); політичні та правові ризики (зміни у законодавстві, політична нестабільність); соціокультурні та демографічні фактори (зміни у споживчих уподобаннях, тенденції споживання, демографічні зрушення);

в) інші фактори: інноваційні ризики: (пов'язані з впровадженням нових технологій чи продуктів; репутаційні ризики (втрати довіри споживачів через скандали, негативні відгуки, недоліки у продукції).

3. Загроза - це конкретна подія або обставина, яка має потенційно негативні наслідки для підприємства. Загроза вказує на конкретний випадок або подію, яка може призвести до негативних результатів для підприємства. Це може бути екстерна чи інтерна ситуація. Загроза у контексті економічної безпеки може бути конкретною подією або обставиною, яка представляє реальний ризик для економічної безпеки підприємства [2].

Висновки. Зрозуміння цих понять допомагає управляти ризиками ефективно та вживати заходів для підтримання економічної безпеки підприємства. Управління економічною безпекою включає у себе вчасне визначення, оцінку та прийняття заходів для запобігання або зменшення можливих негативних наслідків. Забезпечення економічної безпеки підприємства передбачає вивчення та врахування всіх різноманітних факторів для прийняття ефективних стратегій та рішень.

Література

1. Романчик Т. В. Небезпека, загроза, ризик: аналіз термінологічного апарату теорії економічної безпеки. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. С. 257–267.

2. Чорна О.Ю., Христенко Л.М., Івченко Ю.А. Аспекти діагностики стану економічної безпеки агрохолдингів у визначенні напрямів їх стратегічного розвитку. *Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. № 6 (276). 2022. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/14.pdf> (дата звернення 28.02.2024 р.).

Section 22

Hotel and restaurant business and tourism

Секція 22

Готельно-ресторанний та туристичний бізнес

22.1.

Hotel and restaurant business

**Chairperson – Head of the department of hotel and restaurant business,
associate professor Larysa Sharan**

Secretary – assistant Inha Dochynets

22.1.

Готельно-ресторанна справа

**Керівник секції – завідувачка кафедри готельно-ресторанної
справи, к.т.н., доцент Лариса ШАРАН**

Секретар секції – асистент Інга ДОЧИНЕЦЬ

1. Контроль якості послуг закладів гостинності

Анастасія Різник, Віта Цирульнікова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Рушійною силою в процесі глобалізації та інтеграції України до світового економічного простору є створення передумов для ефективного функціонування готельно-ресторанного бізнесу, що є одним із важливих складників туристичної інфраструктури країни.

Матеріали та методи. Потенційно-важливим завданням українських закладів гостинності є створення системи якісного обслуговування, що дозволить забезпечити надання конкурентоздатних послуг. Вирішення можливо досягнути кількома способами. Перший варіант – застосування американської моделі інтернаціоналізації, за якої споживач має можливість отримання гарантованого рівня сервісу. Другий напрям – створення якісних послуг із чітким дотриманням параметрів комфортності.

Результати та обговорення. Якість є важливим інструментом просування послуг та їх реалізації на ринку. Тільки якісні послуги можуть відкрити експортний шлях на платоспроможні західні ринки. Тому, вивчення якості як основного фактора привабливості в сфері гостинності та визначення способу оцінки якості наданих послуг являється метою дослідження.

Якість готельно-ресторанних послуг потрібно аналізувати як континуум декількох складових: 1) базова якість – сукупність тих властивостей послуги, наявність якої споживач приймає як обов'язкову; 2) необхідна (очікувана) якість – сукупність характеристик послуги: як запланований результат відповідає реальному; 3) бажана якість – представляє для споживача несподівані цінності запропонованої послуги: запланований результат перевершив сподівання. Тому, основними критеріями якості обслуговування в закладі ресторанного господарства або засобі розміщення є комплексність послуги, якість праці персоналу, якість послуги, якість матеріально-технічної бази закладу гостинності [1].

Ключовим важелем забезпечення якості у сфері гостинності є управлінський механізм, належне відтворення якого базується на відповідальності керівника підприємства, організації заходів щодо реалізації підвищення ефективності послуг, вдосконалення якості та управлінського потенціалу. Для ефективної реалізації механізму необхідне дотримання принципів управління, виконання спеціальних функцій управління, застосування методів та інструментів управління. Лише взаємодія з динамічним середовищем передбачає рух коштів розміщення в напрямі розвитку, що вимагає врахування потреб споживачів, підвищення конкурентоспроможності та якості послуг, формування ефективної цінової політики.

Висновки. Проблема незадовільного обслуговування призводить до втрати потенційних споживачів та очікуваного сегменту ринку. Тому налагодження якісної системи обслуговування є необхідною умовою ефективної діяльності вітчизняних підприємств гостинності.

Література

1. Власенко І.В., Рябенка М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави. Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole. The Academy of Management and Administration in Opole. 2020.

2. Особливості впровадження SPA-послуг в ботелі

Вікторія Ганущак, Лариса Шаран, Аліна Ковтун

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. Кожен українець в умовах війни прагне хоча б частково перезавантажитися і відновитися. На нашу думку найбільш повноцінним місцем відпочинку для відновлення внутрішньої гармонії організму – може бути озеро, річка і т.п., зокрема проєктування засобу розміщення з розширеним переліком додаткових послуг.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу і узагальнення отриманих даних.

Результати та обговорення. На основі проведеного літературного аналізу було встановлено, що наявні в Україні засоби розміщення у вигляді плавзасобу, зокрема Art Boatel St Andre, Київ; готель «Жльове місце» Затока, Одеська обл.; готель River View Houseboat, с. Козин Київська обл.; готель Houseboat On Dnister River, Ломачинці, м. Київ; готель Dingora Comfort, м. Рахів, готель «Баккара», м. Київ, готель Галера, м. Київ мають обмежений перелік додатковий послуг, зокрема для відновлення організму людини.

Вважаємо, що перспективним та конкурентоспроможним засобом розміщення буде проєктований ботель з новітнім SPA-центром на березі річки Дніпро в м. Києві.

Для комфортного перебування в засобі розміщення та відновлення здоров'я та нервової системи, гостям буде пропонуватися розширений асортимент SPA-послуг: терапія світлом, VR-терапія, послуги масажних роботів, ароматерапія, звукова терапія, музико терапія, електростимуляція м'язів, терапія AR, комплексні програми SPA.

Інноваційні послуги в засобі розміщення будуть впроваджені в SPA-центрі і реалізовані за допомогою використання нових приладів для покращення здоров'я гостей:

по-перше, терапія світлом, зокрема LED-терапія або інфрачервоне освітлення, для поліпшення шкіри та психоемоційного стану.

по-друге, VR-терапія, використання приладів віртуальної реальності допоможуть гостю створити релаксуюче або медитативне середовище під час SPA процедур;

по-третє, використанням ефірних олій (лаванда (*Lavandula angustifolia*), чайне дерево (*Melaleuca alternifolia*), м'ята (*Mentha piperita*), евкаліпт (*Eucalyptus globulus*), розмарин (*Rosmarinus officinalis*), бергамот (*Citrus bergamia*), йланг-йланг (*Cananga odorata*), сосна (*Pinus sylvestris*)) та дифузорів також допоможуть створити гостям атмосферу спокою та розслаблення;

по-четверте, звукова терапія допоможе покращити психологічний та фізичний стан людини, звукові частоти які утворюються внаслідок використання тибетський чаш, кроталі (Handpans), кришталеві піраміди, космічні камбала (Space Drum), тамбури та бубни, гонг, ханг (Hang Drum), тонг драми.

по-п'яте, використання новітніх масажних роботів допоможуть без зусиль оновити функції і системи організму, поліпшити кровообіг, рухливість суглобів, роботу внутрішніх органів і нервової системи, з врахуванням індивідуальних гендерних особливосте людського організму;

по-шосте, ботель, розташований на воді дає неймовірні краєвиди на природу та водойму, дозволить гостям поринути у спокій та насолодитись водними видами спорту.

Висновок. Отже, впровадження SPA-центру при ботелі дозволить засобу розміщення стати не тільки привабливим та улюбленим місцем для відпочинку, але конкурентоспроможним.

Література

1. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. Вокс Україна. URL: <https://voxukraine.org/rynok-horecapid-chas-vijny-potochnyj-stan-ta-klyuchovi-tendentsiyi/>

3. Комплекс рішень для готельних підприємств, які функціонують в умовах війни

Таїсія Сидоренко, Олександр Люлька, В'ячеслав Губеня
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Після повномасштабного наступу росії (24 лютого 2022 року) українські готельні підприємства, які продовжують сьогодні працювати, були змушені змінити підходи до роботи. Численні перебої з електропостачанням та зв'язком, постійні повітряні тривоги та ракетні атаки ускладнюють функціонування закладів сфери HoReCa. За таких умов важливу роль в збереженні життєдіяльності готельного бізнесу та безпеки гостей відіграють вчасні та ефективні управлінські рішення з адаптації до умов війни.

Матеріали і методи. У роботі представлено аналіз, систематизацію та синтез інформації щодо рішень підвищення безпеки та комфорту офісних та житлових приміщень, які функціонують в умовах війни.

Результати та обговорення. Згідно з даними агрегатора статистичних даних aig-alarms.in.ua впродовж двох років російсько-української війни (період із 24.02.2022 р. по 24.02.2024 р.) у Києві повітряна тривога лунала 994 рази, а в Київській області – 900. Середня тривалість однієї повітряної тривоги сягає 1 год 16 хв. Найчастіше тривоги в Київській області та Києві припадають на період часу 12:00...18:00, саме у найбільш активну частину дня, коли відбувається більшість бізнес-зустрічей, конференцій, лекторіїв та інших заходів ділової та трудової діяльності.

Схожий з Україною досвід поєднання процесів мирного життя із регулярними ракетними обстрілами має Ізраїль. Понад 80 % будівель в Ізраїлі оснащені системами захисту. Так, в квартирах і будинках від початку проєктують спеціальні укріплені кімнати – «мамади», які призначені для захисту мешканців. Ці приміщення тимчасового перебування виконують роль бомбосховищ. Таке рішення, впроваджене в Україні, дасть змогу зберегти велику кількість життів, якщо взяти до уваги систематичне ігнорування повітряних небезпек мирними жителями.

Досвід Ізраїлю можна використати і для готельних підприємств України, передбачивши захищені кімнати в житлових номерах чи на поверхах. На нашу думку, ідею із захищеними приміщеннями можна масштабувати, використовуючи її для зон ділової діяльності готельних підприємств, що дозволить нівелювати негативний вплив ракетних обстрілів на послуги закладу з бізнес-діяльності.

На наш погляд, додатковими рішеннями для готельних підприємств, які функціонують в умовах війни, є впровадження автономної системи життєзабезпечення у складі:

- системи автоматичного виявлення пожежі;
- системи масове оповіщення гостей (аудіо та візуальне інформування щодо небезпечної ситуації та порядку дій гостей і персоналу);
- системи безперебійного електро-, водопостачання, вентиляції та зв'язку.

Висновки. Не зважаючи на складні умови, готельно-ресторанний бізнес в Україні намагається розвиватися. Це можливо завдяки адаптивності та креативності. Ефективні управлінські рішення та пропонований комплекс заходів дозволить адаптуватися до загроз війни та оптимізувати діяльність підприємств. Під час заселення в готелі багато гостей (особливо іноземці) цікавляться умовами безпеки, як-от наявністю комфортного укриття на випадок повітряної небезпеки та автономних систем життєзабезпечення. Отже, впровадження зазначеного комплексу безпекових рішень надає додаткові конкурентні переваги.

4. Соціальна мережа Threads як новий інструмент SMM-маркетингу в готельній індустрії

Ассят Абрамова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Соціальні мережі є потужним інструментом для просування та реалізації готельного продукту. В умовах сучасного рівня конкуренції є актуальним швидко та доступно надавати контингенту споживачів інформаційну послугу про готельні підприємства.

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

Результати та обговорення. Вже тривалий час соціальні мережі являються доволі продуктивним інструментом продажу готельного продукту. Шляхом використання соціальних мереж потенційному контингенту споживачів можна надавати різнопланову корисну інформацію про засоби розміщення. Зокрема через соц-мережі готельєри розміщували наступну інформацію: цінову політику за готельні послуги та наявні тарифні плани; перелік додаткових послуг та їх опис; характеристику закладів ресторанного господарства та їх кулінарне спрямування; інформацію стосовно знижок, промо-акцій та програми лояльності; інфраструктуру підприємства; фотогалерею номерного фонду, прилеглої території, тощо. Крім того, соціальні мережі для готельного бізнесу – це також є важливим шляхом комунікації зі своїми гостями та отримання від них зворотного зв'язку (відгуки про підприємство). Аналізуючи відгуки, які публічно залишають гості цілком ефективно можна виявити наявні проблеми в готелі та на рівні відповідних департаментів знайти шляхи вирішення недосконалостей і тим самим покращити сервіс. Відповідно, коли гості також отримують фідбек від готелю – це підвищує рівень довіри до такого засобу розміщення, дозволить розширити контингент споживачів та підвищить рівень конкурентоспроможності. Готельні підприємства та аналогічні їм засоби розміщення зазвичай мають власний профіль у наступних соціальних мережах - Facebook, Instagram, Telegram, TikTok, Twitter, Pinterest, YouTube та LinkedIn.

Наразі, з'явилась нова соціальна мережа та сервіс мікроблогінга Threads від Meta Platforms. Threads дозволяє своїм користувачам публікувати мікроблоги – текстові публікації до 500 символів та короткі відео тривалістю 5 хвилин. Дана соціальна мережа тісно пов'язана з обліковими записами користувачів у Instagram.

Наразі всі міжнародні транснаціональні готельні мережі авторизували свої профілі в мережі Threads, та активно ведуть власні мікроблоги надаючи контент про свої готелі, тематичні свята, стилістичне рішення інтер'єру номерів, концептуальне меню ресторанів, тощо (рисунок 1).



Рис. 1. Приклади контенту, який публікують на офіційних сторінках готельних мереж на платформі мікроблогів Threads

Висновки. Нова соціальна мережа Threads є актуальним напрямом в стратегії SMM-маркетингу готельних підприємств. Надаючи якісний, цікавий та корисний контент за допомогою Threads готелі можуть розширити аудиторію своїх дописувачів, а відтак і збільшити кількість потенційних гостей.

5. World experience of concentration and centralization of capital by enterprises of the hospitality industry

Mariia Anufrieva, Tatyana Nikitina

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The application of the concentration and centralization of capital concept in the hospitality industry facilitates a situation where a small number of leading hotels acquire and control a significant portion of resources, assets, and market share. In the hotel industry, businesses create global networks and become key market players. **Researching and leveraging** the experience of concentration and centralization of capital by domestic hospitality industry enterprises is relevant.

Materials and methods. Internet resources served as the material for research, employing methods such as analysis and comparison.

Results. The historical development of capital concentration in hotel enterprises involved property acquisition and the implementation of centralized management systems. This approach fostered efficiency, cost savings, and innovation exchange among entities. Capital concentration and centralization have become integral components of hotel strategies, encompassing global operations expansion, optimized processes, and the consistent delivery of quality services. Advantages for hotel chains include production scale savings, enhanced brand recognition, expanded opportunities for forming future marketing strategies, and the utilization of technology and innovation. Capital concentration ensures cost savings through scale, allowing large hotel networks like Hyatt Hotels Corporation, for example, to optimize operations, negotiate better deals with suppliers, and invest in cutting-edge technologies. This concentration also contributes to increased brand recognition and marketing prowess, attracting more guests. Examining the history of the Hyatt Hotels Corporation illustrates that capital concentration has led to growth, dominance, and adaptation to market trends.

In the hotel industry, capital centralization occurs both within hotel enterprises and with businesses in related fields. For instance, the company "InterContinental Hotels Group (IHG)" includes brands such as Crowne Plaza, Candlewood Suites, InterContinental, Hotel Indigo, Staybridge Suites, Holiday Inn, Holiday Inn Express, and others.

Hotels in Ukraine are also part of international hotel chains, including InterContinental Hotel (InterContinental Kyiv, Grand Plaza Lviv), Hilton Hotel & Resorts (Hilton Kyiv), Marriott International (Renaissance Kiev Hotel), Hyatt Hotels Corporation (Hyatt Regency Kyiv), and many others.

Conclusion. Analyzing the experience of global network companies allows a focus on the benefits of resource consolidation and operational optimization for efficiency and profitability. Overall, the global experience of capital centralization and concentration in the hotel and restaurant business reflects general trends in economic development, emphasizing the importance of maintaining a balance between global strategies and the needs of local consumers.

References

1. Dyba M. I., Osadchiy Ye. S., Sutormina K. M. Concentration and centralization of capital in innovative activities. *Economics and the State* 2016. No. 12. pp. 19-22.
2. Hyatt Hotels Corporation Website URL:
<https://web.archive.org/web/20191206213340/https://about.hyatt.com/>

6. Проблеми економічного розвитку вітчизняного рекреаційного готельного бізнесу

Марина Шумал, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Рекреаційний готельний бізнес є важливим чинником у формуванні економічної, культурної, екологічної та соціальної ситуації в країні. Проте, рекреаційний готельний бізнес стикається зі значним спектром проблем, що можуть впливати на його ефективність та стабільність. В умовах сьогодення, він вимушений розвиватися всупереч безлічі викликів, що призводить до економічних і соціальних проблем, що і обумовлює **актуальність** теми дослідження.

Матеріали та методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез). Інформаційною базою стали роботи вітчизняних та закордонних науковців.

Результати та обговорення. Основні проблеми економічного розвитку вітчизняного рекреаційного готельного бізнесу можуть включати недостатню конкурентоспроможність, високі податки, нестабільність економічної ситуації та неефективне управління ресурсами. Проте, сьогодні вітчизняний готельний бізнес стикнувся зі ще одним небаченим викликом, адже повномасштабне вторгнення спричинило економічну кризу в країні. Велика кількість готельних підприємств розташована в небезпечних наразі регіонах, вимушено припинила роботу, а сфері послуг довелося виживати в умовах пристосування та необхідності забезпечити підвищену безпеку гостей. Крім того, варто відзначити неможливість використання значної кількості природо-рекреаційних ресурсів в майбутньому, через наслідки спричинені воєнними діями в Україні.

Також, необхідно враховувати кризу спричинену пандемією, яка суттєво позначилася на рекреаційному готельному бізнесі, викликаючи ряд складних економічних викликів. Вже сьогодні, можна підсумувати ряд наслідків впливу COVID-19 на розвиток сфери гостинності за останні роки. Зменшення подорожей та обмеження міжнародних переміщень призвело до значного скорочення туристичного попиту. Збільшення витрат на забезпечення безпеки, зокрема на додаткове прибирання та дотримання гігієнічних стандартів, також вплинуло на фінансовий бік готельного бізнесу. Багато готелів стали шукати нові способи залучення гостей, впроваджуючи спеціальні пропозиції, розробляючи стратегії цифрового маркетингу.

Не менш важливими є екологічні та соціальні вимоги. Зростаюча увага до сталого розвитку та відповідального бізнесу може створювати виклики для готелів у впровадженні екологічних та соціально відповідальних практик. Крім того, варто врахувати особливості цифрової трансформації. Зміни в попиті гостей та їх очікування, пов'язані з цифровими технологіями, можуть вимагати значних інвестицій у технічні інновації та онлайн-сервіси. Все це змушує вітчизняні готелі змінюватись в угоду новим умовам конкурентоспроможності на ринку.

Висновок. Рекреаційний готельний бізнес стикається зі значним спектром проблем, що можуть впливати на його ефективність та стабільність. Для подолання цих проблем потрібні не тільки зусилля зі сторони готельного підприємства а і впровадження відповідних державних програм підтримки та розвитку вітчизняного рекреаційного готельного бізнесу.

Література

1. Харічков С.К. Проблемні питання сталого розвитку рекреацій та туризму в Україні, Туристично-краєзнавчі дослідження. – 2009. – №2. – с. 68.

7. Доцільність проєктування в Україні тематичних готелів

Софія Гункевич, Олена Шидловська, Ольга Дулька, Тетяна Іщенко
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зростаючий інтерес до культурного туризму створює попит на готелі, які пропонують не лише комфортне проживання, але і можливість поглибленого вивчення місцевої історії та культури. Готель історичних часів може бути ідеальним місцем для тих, хто прагне об'єднати відпочинок із пізнавальною подорожжю у минуле.

Матеріали і методи. В роботі використані результати досліджень вітчизняних фахівців індустрії гостинності. Для обробки, викладення та узагальнення отриманих даних використаний метод теоретичного узагальнення.

Результати та обговорення. Тематичний готель - це готель, який спеціалізується на певній темі або концепції і втілює цю тему в різних аспектах свого дизайну, обслуговування та загальної атмосфери. Головною ідеєю тематичного готелю є створення унікального та незабутнього досвіду для гостей, враховуючи конкретну тему чи концепцію. Це відкриває нові можливості для туризму та гостинності, сприяючи створенню неповторних вражень для подорожуючих.

Вважаємо, що саме в умовах повномасштабної агресії Росії проти України ідею створення готелю, концепція діяльності якого базується на ідеї подорожі у часі (середньовіччя, епоха Відродження, 60-70-і роки), можна розглядати як можливість зближення та відновлення національної ідентичності через підкреслення історичних та культурних цінностей.

Реалізувати дану ідею, на нашу думку, можна через дизайн та облаштування житлових номерів, організацію дозвілля (проведення тематичних вечорів та костюмованих балів, мистецьких виставок та майстер-класів, театральних вистав та історичних реконструкцій, літературних вечорів, фотосесій та інших культурно-освітніх заходів, спрямованих на освіту гостей про культурну спадщину обраних епох), автентичне меню середньовіччя основного закладу ресторанного господарства. Також для створення імерсивного досвіду гостей, які зможуть віртуально «перенестися» у вибрані епохи, пропонуємо використовувати віртуальну (VR) та доповнену (AR) реальності. Гостям надаватиметься доступ до інформаційних панелей та аудіогідів, які розповідатимуть про історію та особливості кожного періоду.

Аналіз туристично-рекреаційного потенціалу України показав, що проєктувати тематичний готель історичних часів доречно у м. Кам'янець-Подільський Хмельницької області. Вважаємо, що не можливо знайти в Україні міста, яке би більш підходило для будівництва такого готелю. Кам'янець-Подільський є одним з найстаріших міст країни, заснованим ще у VII столітті, і має величезний культурний та історичний спадок. Це місто було свідком багатьох історичних подій та відігравало важливу роль у формуванні історії України. Відображення різних історичних періодів у його архітектурі, культурі та спадщині здатне створити унікальну атмосферу для створення тематичного готелю історичних часів.

Висновки. Готельне господарство в Україні важливе не лише для економічного розвитку країни, але й для підтримки культурної спадщини та збереження історичних традицій, тому проєктування тематичного готелю історичних часів у м. Кам'янець-Подільський Хмельницької області за своєю концепцією та якісною характеристикою нині є доцільним та актуальним.

8. Індивідуальний підбір аромату номеру як інноваційна послуга в готелі

Олександр Присяжнюк, Оксана Кирпиченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні парфуми стали не лише аксесуаром, але й невід'ємною частиною індивідуального стилю та самовираження. Тому послуга з підбору унікального особистого аромату номеру є актуальним інструментом залучення нових гостей.

Матеріали та методи. Використано загальноприйняті аналітичні методи, зокрема пошук, обробка, узагальнення матеріалу з різноманітних джерел інформації та його аналіз.

Результати та обговорення. Фахівцем, що допомагає гостям знайти ідеальний аромат, враховуючи їхні індивідуальні характеристики та вподобання, є парфумерний сомельє. Розвиток цієї професії відбувався на тлі зростаючого попиту на персоналізовані парфуми та підвищення інтересу споживачів до глибокого розуміння своїх власних ароматичних вподобань. Сучасний парфумерний сомельє надає ряд важливих послуг. Зокрема, він є експертом з глибоким знанням ароматів та їхніх складових, допомагає клієнтам зрозуміти та оцінити різні парфумерні композиції. Також парфумерний сомельє враховує індивідуальні особливості людини, її стиль життя та переваги, щоб запропонувати оптимальний вибір аромату. У сучасному світі знання та послуги парфумерного сомельє знаходять застосування в різних сферах, в тому числі, в готельному бізнесі. Він стає невід'ємною складовою процесу підбору аромату номеру, який дозволяє кожному гостю знайти свій унікальний аромат.

Значення індивідуального підбору аромату виявляється в його впливі на емоційний стан та імідж людини, забезпечуючи не лише приємний запах, але й психологічний комфорт та відчуття безпеки, затишку. Аромати мають потужну здатність викликати емоції та асоціації. Правильно підібраний аромат може надати позитивний настрій, зняти стрес або навіть покращити самопочуття, тобто саме те, чого потребує подорожуюча людина. Крім того, аромат є важливою складовою іміджу особистості та закладу, де вона зупинилась. Він може відображати стиль, смаки, атмосферу та індивідуальність. Правильно підібраний аромат номеру може підкреслити особливості особистості та стати частиною її унікальності. Отже, індивідуальний підбір аромату номеру важливий в контексті його впливу на емоційний стан гостя та імідж готелю. Це дозволяє кожному гостю обрати аромат, який відповідає його особистим потребам, підкреслює індивідуальність та допомагає відчувати себе впевнено та затишно під час перебування в готелі.

Реалізація цієї інновації включає наступні етапи: інтеграція системи управління номером з індивідуальним підбором аромату; ароматизація повітря спеціальними пристроями з можливістю регуляції типу та інтенсивності аромату в номері; застосування системи аналізу вподобань гостя на основі яких буде сформовано перелік обраних ароматів, повідомлення персоналізованої інформації гостю щодо характеристик аромату номеру за допомогою інформаційної панелі або мобільного додатку.

Висновки: Впровадження індивідуального підбору аромату в готельному номері може бути інноваційним технологічним рішенням, яке забезпечить гостям неповторний і персоналізований досвід перебування, тож зможе сприяти збільшенню лояльності клієнтів та підвищенню рівня повторних відвідувань. Гості, які пережили неповторний та особистий досвід, схильні повертатися до готелю знову, що в свою чергу сприятиме зростанню прибутковості та популярності закладу.

9. Інноваційна діяльності в закладах гостинності

Інга Дочинець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний світ гостинності переживає надзвичайно стрімкий розвиток, ставши одним з найбільш динамічних секторів світової економіки. У цьому контексті вивчення трендів інноваційної діяльності гостинності відіграє ключову роль у задоволенні потреб сучасних туристів та подорожуючих.

Матеріали та методи. Розвиток інноваційних технологій в індустрії гостинності стрімко зростає. Перед фахівцями готельно-ресторанного бізнесу поставлено завдання: залучити якнайбільше постійних гостей в заклади гостинності і отримати прибуток від послуг. Досягти поставлених завдань, без впровадження інноваційних технологій майже неможливо. Суперництво за кожного гостя, вимагає від готелів та ресторанів удосконалюватись у технологіях.

Результати та обговорення. Індустрія гостинності охоплює готельний та ресторанний бізнес, які задовольняють гостей різними видами технологій, розваг та відпочинку. До головних тенденцій розвитку індустрії гостинності відносяться: спеціалізації та диверсифікації послуг закладів розміщення, ресторанів, розважальних закладів; утворення готельних ланцюгів, мереж ресторанів, які стають транснаціональними компаніями; чимале використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу; широке використання наукового менеджменту в організації готельного та ресторанного бізнесу, а також управління ним; розвиток мережі невеликих підприємств, зорієнтованих на конкретний сегмент ринку[1].

Відповідно до циклічно змінного життя, будь-яке підприємство змушене змінюватися, стаючи організатором інноваційних процесів. Дані етапи не повинні протікати стрімко їх необхідно здійснювати послідовно в рамках розробленої стратегії підприємства. Нижче наведені сучасні інновації у готельно-ресторанній сфері, це: інформаційні технології, наприклад, у ресторанах або на барах у готельних комплексах є зручні програми для вбивання замовлення та розрахунку з гостями (програма Choise, R-keeper, Micros); залучення гостей до ресторанів, для показу теплан-шоу, коли на очах у здивованої публіки кухар віртуозно створює якусь фірмову страву. Технологічні досягнення пропонують і теплан-інновації ресторанного бізнесу: поряд з робочим місцем кухара на кухні встановлюють камери, а на моніторі на столику за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, кому це цікаво; інтерактивне меню — дозволяє гостям ресторану самим робити замовлення, що є досить зручним процесом; винахід QR-коду-двовимірною штрих-коду це online взаємодії компаній та споживачів, де за допомогою смартфона можна відсканувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу від історії ресторану, тенденцій інтер'єру до меню[2].

Висновки. Сучасні тренди інноваційної діяльності у готельно-ресторанній індустрії зумовлюють уточнення існуючих теоретичних розробок. Інновації можуть використовуватися в практичній діяльності підприємств при модернізації та вдосконаленні процесу обслуговування.

Література

1. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 4 (21). С. 297–304.
2. Будякова О. Ю. Технології інформатизації індустрії гостинності. Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. Херсон: ХДАЕУ, 2021. С.298-300.

10. Використання digital-маркетингу у просуванні готельно-ресторанного продукту на ринку

Роман Сильчук, Тетяна Нікітіна, Ольга Пушка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасному світі стрімкий розвиток інформаційних та цифрових технологій має значний вплив на діяльність підприємств різних галузей, у тому числі і сфери обслуговування. З кожним роком необхідність їх використання зростає, стаючи важливим елементом маркетингової політики. Вибір інструментів digital-маркетингу та їх використання в складі маркетингової політики є важливими завданнями готельно-ресторанного бізнесу, що і обумовлює актуальність теми дослідження.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження стали праці вітчизняних та зарубіжних вчених що займаються питаннями digital-маркетингу. Були використані загальнонаукові методи дослідження: наукова абстракція, аналіз, синтез, порівняння.

Результати та обговорення. Digital-маркетинг – це інструмент маркетингу який використовує цифрові інформаційні технології. Digital-маркетинг використовує не тільки засоби Інтернет а і будь-які цифрові технології, що мають можливість працювати поза мережею. Ключовими елементами діджиталізації є [1, с.432]: пошукова оптимізація (Search Engine Optimization – SEO), маркетинг у соціальних мережах (Social Media Marketing – SMM), пошуковий маркетинг (Search Engine Marketing – SEM), маркетинг впливу (Influencer Marketing), контент-маркетинг (Content Marketing), цифрова реклама (Digital Advertising).

Карантинні обмеження COVID-19 в готельно-ресторанному бізнесі сприяли переведенню маркетингових стратегій на дистанційний, цифровий формат роботи. Внаслідок чого digital-маркетинг показав свою ефективність і переваги над традиційними заходами маркетингу в умовах економічної кризи та нестабільності

Використання digital-маркетингу надає можливості більш швидкого та ефективного просування свого продукту на ринку готельних послуг. Готельно-ресторанні підприємства отримують більш широкі можливості використання реклами своїх товарів та послуг як в самій країні такі за кордоном. Скорочуються витрати на рекламу при зростанні її ефективності. За допомогою інструментів digital-маркетингу більш ефективно визначається цільова аудиторія, враховуючи її уподобання та платоспроможність. Реклама стає актуальнішою що є одним з вирішальних факторів в конкурентній боротьбі. Digital-маркетинг використовується на всіх стадіях життєвого циклу готельно-ресторанного товару/послуги: дослідження ринку, виробництво і реалізація і після продажна підтримка. Digital-маркетинг надає можливість в оперативній обробці інформації, швидкому бронюванні місць, покращення обслуговування гостей. За допомогою інструментів digital-маркетингу підприємства готельно-ресторанного бізнесу можуть надати високий рівень сервісу, розширити спектр послуг, вдосконалити систему управління.

Висновок. Digital-маркетинг є потужним інструментом просування готельно-ресторанного товару/послуги на ринку. Використання інструментів digital-маркетингу сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку і є перспективним напрямком в роботі готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі.

Література

1. Балацька Н., Вдовічена О., Радкевич Л., Стренковська А., Робул Ю. Цифрові технології та діджитал-маркетинг: нові можливості для туристичного й готельно-ресторанного бізнесу.// Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики Том 6 (47), 2022, 424-432

11. Український ринок готельно-ресторанного бізнесу: сучасний стан, можливості та загрози

Вікторія Васильєва, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Готельно-ресторанний бізнес є одним з провідних сфер економіки України, надає велику кількість робочих місць, забезпечує розвиток туризму та підвищує економічний потенціал країни. Український ринок готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану демонструє стійкість і навіть зростання. Частка послуг готелів і ресторанів є другим показником після мистецтва, спорту, розваг та відпочинку. Це свідчить про те, що готельно-ресторанне господарство є важливим сектором економіки країни і має потенціал для подальшого розвитку що і обумовлює **актуальність** дослідження.

Матеріали та методи. При дослідженні використано комплексний підхід, який включає описовий та аналітичний аналіз, порівняння підприємств гостинності України.

Результати та обговорення. Останні роки не сприяли економічному розвитку економіки країни в цілому і готельно-ресторанного бізнесу зокрема. Пандемія COVID-19 фактично призупинила діяльність всіх закладів. Далі, війна, що має особливо руйнівний вплив як на економіку країни в цілому так і на готельний бізнес зокрема. Відбувається безпосереднє руйнування готельних підприємств. Ступінь пошкодження готелів різна, але майже всі вони стали непридатними для подальшого використання. Умови війни змусили готельно-ресторанне господарство впроваджувати нові послуги та підвищувати соціальне значення готельних підприємств, особливо щодо задоволення потреб внутрішньо переміщених осіб. Деякі готелі взяли на себе витрати на проживання цієї категорії людей, розширюючи свої житлові приміщення. Інші розглядали можливість надання додаткових послуг для цієї групи споживачів. Готельні мережі що розміщені в Києві, зазнали значного зменшення прибутку або навіть зазнали збитків, тоді як готелі в інших містах, таких як Львів, Ужгород, Луцьк і т.д., переживають значне зростання. Це пояснюється переміщенням людей у безпечніші місця, подалі від загроз.

Серед перспективних напрямків розвитку підприємств готельної індустрії, поміж іншого, виділяють [1]: переорієнтація готельного бізнесу на більш безпечні території Західної України; переорієнтація готельних послуг на реабілітацію, що має більший попит; переобладнання готелів із врахуванням вимог безпеки та автономної роботи (наявність бомбосховищ, автономних джерел живлення) та ін.[1].

Висновки. Можливості розвитку готельних підприємств з економічної точки зору включають аналіз макросередовища що має найбільший вплив на готельно-ресторанний бізнес. Після визначення пріоритетів розвитку бізнесу, слід розробити антикризовий план управління готелем та створити фінансові резерви для утримання готельного господарства, навіть у період отримання підприємством збитків. Проте, здійснити це зможуть лише підприємства зі значним власним капіталом.

Література

1. Безручко Л. С., Білоус С. В., Філь М. І. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. №47. УДК 338.481.1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145/2074>

12. Шляхи удосконалення меню ресторану при готелі

Ольга Кобилянська, Ольга Пушка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сфері готельно-ресторанного бізнесу об'єднано різні компоненти для забезпечення комфорту та користі під час подорожей. Один з таких компонентів - мережа місць розміщення, яка спрямована на створення зручних умов та надання різноманітних готельних послуг. У зв'язку з конкуренцією туристичні готелі постійно удосконалюють свої сервіси, впроваджуючи інноваційні підходи та розвиваючи відповідні стратегії.

Матеріали та методи. Основні методики, які використовуються: аналіз літературних даних, аналіз ринку та конкурентоспроможності, стратегії інноваційного управління.

Результати та обговорення. Галузь гостинності постійно шукає нові методи для підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Стратегія інновацій спрямована на чотири основні напрями: використання ресурсів, маркетингові стратегії, розвиток продукту та організаційні покращення. Недостатня увага до інноваційного управління туристичними готелями України призвела до зниження їх конкурентоспроможності, порушення управлінських принципів та методів, а також до зниження якості готельних послуг.

Інновації виступають як стимул для подальшого розвитку готельного бізнесу, що дає підприємствам можливість не лише займати лідируючі позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Розширення асортименту солодких страв у ресторанному меню туристичного готелю може бути чудовою ідеєю для привертання уваги клієнтів та збільшення задоволення від перебування в готелі. Ось кілька шляхів, які можна впровадити для досягнення цієї мети:

➤ Дегустаційні сеті. Пропонування дегустаційних сетів солодощів, де гості можуть спробувати невеликі порції кількох різних солодких страв. Це дозволить їм насолодитися різноманіттям смаків і текстур.

➤ Здорові альтернативи. Можна додати до меню солодкі страви, які виготовлені з натуральних інгредієнтів, таких як фрукти, ягоди і мед. Це приверне увагу тих, хто приділяє увагу своєму здоров'ю та дієтичним обмеженням.

➤ Унікальні інгредієнти. Використання нестандартних інгредієнтів для створення солодких страв, наприклад, морозиво з лаванди або панакота з манго і чилі.

➤ Інтерактивне приготування. Забезпечення можливості гостям спостерігати або навіть брати участь у приготуванні солодких страв. Наприклад, варіант з приготуванням десертів на грилі прямо перед гостями або можливість приготувати власний крем-брюле.

➤ Сезонні пропозиції. Слід пропонувати солодкі страви, що відповідають сезону. Наприклад, у теплу пору року можна додати до меню освіжаючі фруктові десерти, а в холодну - солодкі теплі десерти, які зігріють гостей.

Висновки. Отже, завдяки цим інноваційним підходам до розширення солодкого меню, туристичний готель може стати місцем, де гості не лише насолоджуватимуться відпочинком, але й залишаться задоволеними від кулінарних вражень.

13. Аналіз основних мотивів та економічних вигод концентрації та централізації капіталу провідними світовими підприємствами індустрії гостинності

Вілен Купрієнко, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У контексті сучасного світу, індустрія гостинності виступає суттєвим сегментом економіки, який піддався інтенсивному розвитку та значним трансформаціям. Однією з основних тенденцій у цій галузі є процес концентрації та централізації капіталу головними світовими підприємствами. Актуальність дослідження обумовлена впливом концентрації та централізації капіталу на конкурентоспроможність підприємств, які визначають та формують стандарти галузі і на споживачів, які мають можливість обирати серед компаній, що обслуговують.

Матеріали та методи. Інтернет-ресурси, онлайн-звіти прибутку компаній. Для детального розуміння та обґрунтування явища концентрації капіталу у галузі гостинності був проведений теоретичний аналіз ключових понять та підходів.

Результати та обговорення Концентрацію капіталу визначають як: збільшення його обсягу в результаті нагромадження частини прибутку [1, с. 168]; збільшення розмірів капіталу банку у процесі його нагромадження [2, с. 225-226]. Централізація капіталу це процес збільшення розмірів капіталу за рахунок примусового або добровільного злиття, поглинання та об'єднання раніше самостійних капіталів. Централізація капіталів може відбуватися у таких формах як стратегічні альянси, злиття та поглинання. Стимулом для реалізації виступає конкуренція між індивідуальними капіталами, яка визначається як основний економічний фактор.

Наприклад, глобальні готельні мережі, зокрема «Hilton Hotels & Resorts» та «Marriott International», витрачають значну частину свого річного обороту на маркетинг та рекламу. Це підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку гостинності. Для мережі готелів «Hilton Hotels & Resorts» головним економічним стимулом є зниження витрат шляхом об'єднання закупівель. Великі обсяги закупівель дозволяють отримувати великі знижки від постачальників, зменшуючи загальні витрати на матеріали та обладнання для всіх готелів мережі.

До того ж, централізоване управління дозволяє «Hilton Hotels & Resorts» ефективно координувати операції у всіх своїх готелях, що призводить до оптимізації процесів та забезпечення вищого стандарту обслуговування. Це сприяє покращенню репутації бренду та привертає гостей готелів. Крім того, централізоване управління персоналом і маркетинговими стратегіями дозволяє «Hilton Hotels & Resorts» оптимізувати витрати на управління та рекламу, підвищуючи ефективність витрат та досягаючи більшого впливу на цільову аудиторію.

Висновки. Отже, концентрація та централізація капіталу в готельній галузі є вирішальними факторами для глобального успіху готельних брендів. Отримані результати свідчать про те, що розробка ефективних стратегій у цих напрямках дозволяє компаніям досягати конкурентних переваг та утримувати стійку позицію на світовому ринку гостинності.

Література

1. Економічний словник-довідник//За ред. М. Поновича. - 4-те вид. - К.: ТЕКА, 2006. - 596 с.
2. Енциклопедія банківської справи України / редкол.: В. С. Стельмах (голова) та ін. - К.: Молодь, Ін Юре, 2001. - 680 с.
3. Wang M. D. Annual Report 2018-2022. Hilton Grand Vacations Inc. URL: <https://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports> (дата зверненн: 07.12.2023)

14. Шляхи зменшення негативного впливу діяльності підприємств гостинності на навколишнє середовище: європейський і вітчизняний досвід

Надія Хайнос, Лариса Шаран, Наталія Бондар

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. Харкові відходи підприємств сфери гостинності посідають значне місце в загальному обсязі відходів. Вони мають бути утилізованими, оскільки інакше це призведе до негативного впливу та забруднення навколишнього середовища.

Питання пошуків оптимальних шляхів утилізації харчових відходів на сьогодні є одним із актуальних.

Матеріали і методи. Досліджуються підприємства сфери гостинності України та за кордоном, а саме Болгарії. В процесі дослідження використовуються методи аналізу, порівняння та узагальнення отриманої інформації.

Результати. Встановлено, що з проблемою утилізації харчових відходів стикається кожне друге вітчизняне та європейське підприємство сфери гостинності. Виокремлено найбільш розповсюджені вітчизняні та закордонні способи утилізації харчових відходів.

Почнемо з європейських стандартів щодо зменшення харчових відходів. Найбільш дієвими способами для зменшення харчових відходів закладах ресторанного господарства Болгарії є:

- *Компостування* - процес перетворення органічних відходів у добриво, яке можна використовувати для підживлення ґрунту;
- *Енергетичне спалювання* - процес спалювання відходів за високих температур з використання спеціального устаткування з метою отримання теплової енергії або електроенергії;
- *Відновлення біомаси* - процес перетворення органічних відходів у біомасу, яка може використовуватися для виробництва біопалива, біоматеріалів або інших продуктів.

У 2021 році в Болгарії було прийнято Закон про управління відходами, який зобов'язує підприємства сфери гостинності сортувати харчові відходи. За даними Міністерства екології та водних ресурсів Болгарії, у 2021 році підприємства сфери гостинності Болгарії переробили 26,4% харчових відходів. Цей показник є одним з найвищих у Європі [1].

Розповсюдженими програмами зі зменшення харчових відходів, якими користуються підприємства сфери гостинності у країні є: компанія "Еко-актив" (послуги з компостування), компанія "Енерго-Про" (послуги з енергетичного спалювання), компанія "Біо-Енерго" (послуги з відновлення біомаси).

В свою чергу вітчизняний досвід ілюструє ідентичні способи утилізації, а також шукає нові шляхи зменшення харчових відходів

У 2018 році в Україні було прийнято Закон України "Про відходи", який зобов'язує підприємства сфери гостинності сортувати харчові відходи. За даними Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України, у 2022 році підприємства сфери гостинності України переробили 16,5% харчових відходів. Цей показник є нижчим, ніж у Болгарії, але він зростає з кожним роком.

Приклади програм утилізації в Україні: компанія "Еко-Відро" (послуги з компостування), компанія "Енерго-Трейдінг" (послуги з енергетичного спалювання), компанія "Біо-Енерго" (послуги з відновлення біомаси).

Висновок. Отже, переймаючи закордонний досвід та впроваджуючи нові шляхи зменшення харчових відходів у вітчизняні підприємства сфери гостинності одночасно можливо не тільки підвищити конкурентоспроможність, а й захистити навколишнє середовище від їхньої діяльності.

15. Особливості концентрації та централізації капіталу вітчизняними підприємствами індустрії гостинності

Ілля Шевченко, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Індустрія гостинності надає робочі місця, вносить до бюджету значну кількість податків та сприяє розвитку туристичного напрямлення країни. Поруч з інноваційними питаннями процесу розвитку економіки готельно-ресторанної галузі, стоїть питання нарощування власного капіталу, шляхом централізації та концентрації що і обумовлює **актуальність** дослідження.

Матеріали та методи. Для аналізу концентрації та централізації готельного та ресторанного бізнесу використовуємо описово-аналітичний метод, метод порівняння готельно-ресторанних підприємств України.

Результати та обговорення Концентрація та централізація капіталу – це два процеси, які призводять до зростання капіталу. Концентрація капіталу – це процес, при якому капітал підприємства збільшується за рахунок власних прибутків. Централізація капіталу – це процес, при якому капітал одного підприємства збільшується за рахунок об'єднання з капіталами інших підприємств. Це може відбуватися шляхом злиття, поглинання або примусової передачі капіталу.

Основною рушійною силою до централізації капіталу є конкуренція між підприємствами. Великі підприємства мають переваги перед малими, зокрема, вони більш ефективні, мають більший запасом ресурсів та потенціал для зростання. Ці переваги дозволяють великим підприємствам витіснити з ринку менші підприємства. Метою централізації є максимізація прибутку, вихід на новий рівень розвитку та завоювання максимально можливої частки ринку.

Аналізуючи вітчизняні підприємства гостинності, можна відзначити те що використовуючи централізацію капіталу підприємства збільшують потік гостей, отримують можливість розвитку в різних напрямках та регіонах. До вітчизняних готельних підприємств які використовують концентрацію та централізацію капіталу, можна віднести такі мережі як Optima Hotels&Resorts, Premier Hotel Group. Зокрема, Optima Hotels&Resorts використовує концентрацію капіталу завдяки розширенню мережі у сфері вітчизняних послуг. Ім'я та бренд підприємства дає можливість розширюватись завдяки великим вкладенням у свій розвиток. Premier Hotel Group використовує як концентрацію так і централізацію капіталу. У рамках централізації було здійснено злиття та поглинання таких готелів як Praga Accord Hotel (мережа Accord Group), Premier Hotel Lybid (колишній готель «Либідь»). Також ця мережа на власних потужностях спроможна відкривати нові готелі в інших містах використовуючи власні фінансові ресурси.

Висновки. Концентрація та централізація капіталу є важливими тенденціями розвитку сучасної індустрії гостинності. Великі підприємства мають переваги перед малими, що дозволяє їм виживати в конкурентному середовищі та розвиватися. В Україні спостерігається тенденція до зростання частки сучасних великих підприємств у загальному обсязі послуг індустрії гостинності. Це пов'язано з розвитком міжнародних готельних мереж, які мають значні фінансові ресурси та досвід.

16. Роль маркетингових стратегій у прибутковості підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Ірина Винник, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Готельно-ресторанний бізнес є однією з найважливіших галузей економіки України. Він забезпечує робочими місцями тисячі людей і приносить значні надходження до бюджету країни. Однак, у сучасних умовах конкуренції, готельно-ресторанним підприємствам необхідно постійно розробляти та впроваджувати ефективні маркетингові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними та отримувати прибуток. Тому дослідження даної теми є **актуальним**.

Матеріали та методи. Матеріалом для досліджень стали Інтернет ресурси. Були використані такі методи, як аналіз та порівняння.

Результати та обговорення. Стратегія маркетингу готельного бізнесу — це формування цілей, досягнення їх і розв'язання задач готельного бізнесу по кожному окремому готельно-господарському продукту, по кожному окремому ринку на певний період. Стратегія формується з метою здійснення комерційної діяльності в повній відповідності з ринковою ситуацією і можливостями готельного бізнесу [1].

Було проведено аналіз та встановлено перелік аспектів, що включають маркетингові стратегії, вплив маркетингових стратегій на готельно-ресторанний бізнес та їх особливості. Ефективні маркетингові стратегії та їх правильне застосування є ключем до успіху готельно-ресторанного бізнесу.

Один із найважливіших аспектів маркетингу в готельній індустрії - це реклама та брендування. Інвестування в якісну рекламу та створення сильного бренду може привести до збільшення кількості гостей та підвищення цінової спроможності. Наприклад, багато українських готелів активно використовують соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram і Twitter для просування своїх послуг, діляться новинами та акціями, відповідають на запитання гостей. А одна з найважливіших цілей маркетингових стратегій - це збільшення потоку гостей, зростання завантаженості номерного фонду. Це може бути досягнуто за допомогою таких заходів, як: розробка ефективних рекламних кампаній, залучення гостей за допомогою соціальних мереж. Загалом маркетингові стратегії в індустрії гостинності повинні бути спрямовані на створення позитивного іміджу готелю, враховувати специфіку готельно-ресторанного бізнесу, пов'язану з наданням послуг і бути адаптовані до сучасних умов конкуренції.

Висновки. Важливо розробляти маркетингові стратегії, які відповідають цілям та особливостям конкретного готелю. Для того, щоб маркетингові стратегії були ефективними, необхідно проводити їх постійний моніторинг та аналіз результату від їх впровадження.

Підсумовуючи проведені дослідження, встановлено переваги використання маркетингових стратегій: збільшення потоку гостей, підвищення завантаженості номерного фонду, зниження витрат готелю, підвищення прибутковості та зростання конкурентоспроможності готелю на ринку.

Література

1. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. / З. І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В. П. Дишлевий; Європ. ун-т. - К., 2007. - 245 с.

17. Економічна доцільність концентрації та централізації капіталу провідними світовими підприємствами індустрії гостинності

Аліна Закарян, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У світі сучасного господарювання та глобалізації економічна доцільність концентрації та централізації капіталу набуває важливого значення, особливо у сфері гостинності. Провідні світові підприємства в індустрії гостинності активно впроваджують стратегії концентрації, спрямовані на оптимізацію ресурсів та забезпечення ефективності в умовах конкурентного середовища. Це допомагає готельним підприємствам розширювати свій вплив на глобальному ринку та заохочувати туристів саме до відвідування готелів їх мережі що і обумовлює актуальність теми дослідження.

Матеріали та методи. В роботі використано описово-аналітичний спосіб дослідження міжнародного ринку готельних підприємств, методи аналізу та порівняння. Джерелами інформації є Інтернет ресурси.

Результати та обговорення. Однією з основних переваг підприємства при концентрації капіталу є можливість розширення географічного охоплення. Готельні мережі можуть ефективно входити на нові ринки, використовуючи свою розвинену інфраструктуру та ресурси. Це сприяє створенню глобального бренду та забезпечує обслуговування постійних гостей у різних частинах світу. Завдяки централізації та концентрації капіталу готельні мережі мають більш стабільну цінову політику, тому що в них є налагоджена система постачання, стандартизація якості надання готельних послуг та обслуговування, використання програм лояльності, використання єдиної бази даних і т.д. Наприклад, Marriott International Inc. це один з найбільших міжнародних готельних ланцюгів у світі, що управляє тисячами готелів та курортів у різних країнах та є власником таких брендів як Ritz-Carlton, Sheraton, Westin і інші. Поеднує бренди різного рівня, від економ до люкс, що привертає різні аудиторії та забезпечує різні рівні обслуговування. Це дозволяє концентрувати капітал і мати значний вплив на глобальному готельному ринку. У 2016 році Marriott International Inc. придбав міжнародну мережу готелів Starwood Hotels&Resorts World wideInc. В результаті було створено найбільшу в світі готельну мережу що представлена більш ніж в 110 країнах і налічує понад 5,7 тисячі готелів приблизно з 1,1 млн. номерів в цілому. Завдяки злиттю компаній і централізації капіталу очікуваний ефект щорічної економії коштів становить 250 млн. доларів [2].

Висновок. На сучасному світовому ринку готельних послуг перевагу мають мережеві готелі. При концентрації та централізації капіталу в готельній мережі можуть бути готелі різного типу та цінової категорії, що є великою перевагою перед незалежними готелями.

Література

1. Нікітіна Т.А., Богуславський А.В. Оцінка ефективності консолідації капіталу в готельному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream>.

2. АмериканськаMarriott купила мережу готелівStarwood за 13,6 мільярддоларів. // Економічна правда.23 вересня 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.epravda.com.ua/news/2016/09/23/606513/>

18. Вплив рецептурних компонентів на інтенсивність бродіння тіста з вівсяного толокна

Анастасія Різник, Тетяна Сильчук, Віта Цирульнікова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Найбільш тривалим етапом виробництва хлібних виробів є бродіння тістових напівфабрикатів, протягом якого відбувається значна кількість мікробіологічних, колоїдних та біохімічних процесів.

Матеріали та методи. Для проведення досліджень обрали вівсяне толокно вітчизняного виробника ТМ «Козуб». В якості поліпшувачів застосовували глюканодельта-лактон (ГДЛ) та казеїн. Інтенсивність спиртового бродіння в тісті з вівсяного толокна оцінювали за показником газоутворювальної здатності, який визначали за кількістю CO_2 волюмометричним методом на приладі АГ-1М [1].

Результати та обговорення. Встановлено, що застосування глюканодельта-лактону та казеїну сприяє інтенсифікації процесу спиртового бродіння, про що свідчить більш активне накопичення діоксиду вуглецю. При цьому сумарна кількість виділеного CO_2 за 90 хв бродіння тіста з вівсяного толокна збільшується у 2,5 рази порівняно з контрольним зразком в результаті гідролітичного розкладу крохмалю толокна [2].

У тісті з внесенням ГДЛ та казеїну загальне газоутворення збільшується на 25% порівняно зі зразком без добавок. Це пояснюється більш ефективним доступом продуктів живлення до дріжджової клітини. Дані газоутворення в тісті з додатковим внесенням виключно ГДЛ свідчать про зростання в даному зразку сумарної кількості виділеного CO_2 в процесі дозрівання лише на 20%. Такий результат зумовлений погіршенням бродильної активності дріжджових клітин внаслідок підвищення осмотичного тиску в тістовій системі при наявності в рідкій фазі тіста в'язкого розчину ГДЛ. Зменшення загальної кількості CO_2 вкінці бродіння тіста з ГДЛ, пов'язано з ущільненням структури, що призводить до погіршення газопроникнення. Продовження процесу дозрівання понад 2 год негативно відображається на структурно-механічних властивостях напівфабрикатів і, відповідно, готових виробів.

Одержані результати підтверджують доречність проходження одностадійного бродіння, на що вказує достатнє забезпечення даного процесу цукрами. За умови гальмування бродіння тіста з вівсяного толокна через перерву на перебудову ферментної системи дріжджових клітин на зброджування мальтози є технологічно недоцільним. В ході аналітичного огляду літературних джерел виявлено, що за досягненням максимальної швидкості газоутворення можна визначити загальну тривалість процесу приготування тіста.

Висновки. Встановлено, що краща швидкість газоутворення та фіксація оптимального зниження після екстремуму по стіканню 45 хв бродіння тістових напівфабрикатів, отриманих із включенням до рецептури ГДЛ та казеїну, дозволяє стверджувати про їх готовність.

Література

1. Дорохович В. В., Донець А. С., Сулима В. С., Дорошенко Т. В. Вплив мальтитолу, ізомальтитолу, еритритолу на формування клейковинного комплексу. Наукові праці НУХТ. 2019. Т. 25. № 2. С. 261-266.
2. Різник А. О., Сильчук Т.А. Удосконалення технології та аналіз харчової цінності хлібних виробів з вівсяного толокна. Наукові праці НУХТ. Том 29 №3 Київ. НУХТ. 2023. С. 139-149.

19. Використання натуральних барвників в сучасних ресторанных технологіях української кухні

Антоніна Бубела, Аліна Ковтун, Олег Бортнічук, Віта Цирульнікова
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В ресторанных технологіях найчастіше, для надання естетичного вигляду готовим стравам використовують барвники, які здатні зробити ефектну подачу та виокремити смакові властивості.

Матеріали та методи. На основі сучасних літературних джерел, а також з використанням інтернет-ресурсів узагальнено інформацію про асортимент натуральних барвників та їхній позитивний вплив на організм людини.

Результати та обговорення. Використання натуральних харчових барвників у сучасній українській кухні є актуальним еко-напрямом, оскільки зростає попит на безпечні та екологічні харчові продукти, бажання зберегти етнічну українську кухню та її популяризацію, систематизувати асортимент натуральних барвників.

Українська кухня відома своєю автентичністю та вишуканою різноманітністю смаків та кольорів. Проте, виробник дуже часто приваблюючи своєю харчовою продукцією спожива, зокрема для надання кольору насиченого відтінку, використовує у виробництві синтетичні барвники, забуваючи про їхній негативний вплив на здоров'я людини. Першим негативним проявом в організмі людини є алергічні реакції, які стають подразником шлунково-кишкового тракту та можуть викликати інші супутні захворювання.

Відомо, що традиційно українська кухня базується на використанні продуктів, які насичені своїм природнім кольором. Для приготування страв використовують сезонні натуральні продукти, такі як: буряк столовий, морква, петрушка, вишні, чорна смородина, бузина, калина, та інші.

Буряк столовий, використовується для забарвлення червоним кольором, у приготуванні борщу, тіста для вареників, пирогів, млинців тощо. Моркву, для забарвлення супів, випічки, крему у помаранчевий відтінок. Петрушку, використовують для надання приємного зеленого відтінку у приготуванні супів, соусів. Чорну смородину, чорницю, бузину, калину, найчастіше використовують у виробництві десертів, коктейлів, смузі, кремів, начинок, тощо.

Сучасна українська кухня це про безпечність, користь та різноманіття. Використання натуральних барвників сприяє екологічно чистому виробництву їжі, збагачує харчовий раціон вітамінами, мінералами та антиоксидантами.

Останніми роками спостерігається тенденція «чистої етикетки», попит на продукцію без шкідливих компонентів, нездорових добавок. Тому, більшість рестораторів можуть самостійно розробляти натуральні барвники шляхом, виварювання, використовуючи шокову заморозку або висушування в спеціальних сушарках. Такий підхід дозволить екологічно переробляти натуральну традиційну продукцію, зменшувати харчові відходи, покращувати органолептичні показники готової страви та підвищувати її поживну цінність.

Висновок. Використання натуральних барвників у сучасній українській кухні – це безпечний, екологічний та здоровий напрям підвищення поживної цінності страв та надання їм справжньої української автентичності.

20. Вплив споживачів на забезпечення якості інноваційної продукції в закладах індустрії гостинності

Марина Шумал, Ольга Дулька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Стрімкий розвиток технологій у ресторанній індустрії передбачає зміни у споживчих уподобаннях, запровадження інноваційних способів, що відіграє ключову роль у вдосконаленні та забезпеченні безпеки готової продукції [1].

Матеріали та методи. Під час досліджень проведено аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів.

Результати і обговорення. Споживачі мають визначальне оцінювальне значення щодо підвищення якості продукції та спонукають виробників намагатися не лише задовольняти потреби, але й перевершити їх очікування. Високі вимоги споживачів до якості створюють конкурентні умови на ринку. Компанії відчують потребу у вдосконаленнях та інноваціях, щоб зберегти чи здобути лояльність клієнтів [2].

З точки зору виробника варто розуміти, що споживачі є не лише клієнтами і покупцями, а кураторами якості пропонованої продукції. Кожен вибір товару чи послуги в індустрії гостинності є голосом за те, що справді важливо споживачу.

Основною частиною впливу споживачів є їх обрання певного товару чи послуг, що визначає попит та стан ринку. Визначальна роль у впровадженні інноваційних способів та забезпечення високої якості продукції є визначальним у впливі споживача на формування ринку. Основою може бути колективний споживський вибір, що визначає потреби і бажання клієнтів. Участь в цьому процесі можна розглядати з кількох ключових точок зору:

- споживачі за свого вибору та попиту визначають, які продукти та якісні характеристики потребують від виробників, що визначає стимули для підприємств вдосконалювати та впроваджувати інноваційні технології;
- пропозиції споживачів до виробників для створення високоякісних продуктів, які відповідають сучасним вимогам, що за їх відсутністю призводить до незадоволення споживчого попиту і втрати ринкової конкурентоспроможності;
- зворотній зв'язок між споживачами і виробниками щодо якості продукції та можливих інновацій, що дозволяє виробникам коригувати свої стратегії та вдосконалювати якість продукції відповідно до потреб ринку.

Вимоги до якості готової продукції, у наш час визначають не лише інновації у технологіях ресторанного господарства, але й нові перспективи споживчого ринку. Готова продукція повинна відповідати сучасним вимогам та сучасним потребам споживачів. Це може бути забезпечено високим технічним рівнем виробництва та відповідністю готової продукції нормативній документації.

Висновки. Запровадження інноваційних способів приготування харчової продукції забезпечує високий попит споживачів. Головна роль споживачів полягає в створенні попиту на інноваційну продукцію високої якості, впливу на виробників для покращення її якості продукції, участь у формуванні попиту.

Література

1. Шидловська, О.Б., Іщенко Т.І., Дулька О.С. Новітня ресторанна справа в індустрії гостинності. Географія та туризм. 2023. №71 С. 3-8.
2. Михієнко Я.А., Дулька О.С. Тренди ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої до 70-річчя з дня народження професора В.Ф. Доценка «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 17 травня 2022 р. – Київ: НУХТ. – с.139.

21. Implementation of the production of craft soft drinks at the hospitality enterprise

Andrii Yehorov, Larysa Sharan, Andrii Sharan

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In today's world, more and more people pay attention to their health and actively take care of their lifestyle. Consumer interest in "healthy" drinks, which not only quench thirst, but also provide the body with nutritious nutrients, is growing. One of the key aspects of craft soft drinks production is the use of local products.

Materials and methods. In the research process, methods of analysis, synthesis and generalization of the obtained data were used.

Results. The production of craft soft drinks from local raw materials will support the local producer, and rationally selected recipe ingredients will satisfy the body's needs as much as possible.

Kvass is a traditional Ukrainian drink that belongs to "healthy" drinks and is a favorite product. This drink is liked by consumers of different age groups. This drink, after fermentation and fermentation, has a positive effect on the work of the organs of the gastrointestinal tract, filling it with useful microorganisms. Its traditional recipe includes a variety of ingredients, but the main ones are water, sugar and yeast, as well as dried rye bread and the like. We propose to improve the technology of making kvass using ethnic and local food raw materials, namely table beets and elderberries. flowers

The selected recipe components are ethnic raw materials and also have a unique chemical composition: they are rich in carbohydrates, in particular fiber, contain ascorbic and malic acids, rutin, carotene, vitamins - A, C, B₁, B₂, B₃ (PP), B₅, B₆ and B₉. The mineral complex is represented by calcium, potassium, iron, magnesium, manganese, phosphorus, sodium, zinc, copper and selenium.

Daily consumption of beetroot and elderberry kvass will positively affect the health of the cardiovascular system, reduce the frequency of heart attacks, stabilize the body's anti-allergic and anti-inflammatory effects and slow down the aging process.

The technological process of making ethno-kvass will be implemented on the territory of a tourist hotel on high-quality equipment in compliance with all standardized parameters, in particular, in the process of craft soft drinks production.

In the tasting hall, which will be located next to the workshop for the production of craft soft drinks, the guests of the establishment will be offered a tasting of "healthy" drinks, a tour with an introduction to the technology of making kvass. Guests will also have the opportunity to prepare a drink themselves.

The introduction of the production of craft soft drinks in the hotel business is a promising step that can significantly affect the potential of the hotel enterprise. Expanding the assortment of "healthy" drinks will allow the hotel to respond to the growing consumer demand for alternative, non-alcoholic options. This will open up new opportunities to meet the needs of different groups of guests.

Conclusion. Therefore, by introducing our own production of craft soft drinks in the hotel, we will be able to earn additional income by selling the products through the retail network, cooperating with other hospitality establishments and using it as a souvenir or a compliment from the company.

References

1. Мукоїд Р. М., Іванов Є.І., Васи́лів В.П. Виготовлення квасу нетрадиційної сировини. Біоресурси та природокористування. 2018. Т. 10, № 3-4. 14-20 С.
2. Прибийський В.Л. Перспективні напрямки розвитку технології безалкогольних напоїв в Україні : Енциклопедія сучасної України. 2021.Т.2. С. 368-369.

22. Економічна доцільність автоматизації та діджиталізації в ресторанному бізнесі

Каріна Князь, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для успішного ресторанного бізнесу в складних економічних умовах сьогодення необхідним є впровадження у виробничий процес засобів автоматизації та діджиталізації. Тому **актуальним** є дослідження економічної доцільності та переваг що отримує ресторанне підприємство від використання цих засобів.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження стали праці вітчизняних та зарубіжних вчених що займаються питаннями впровадження засобів автоматизації та діджиталізації в ресторанному бізнесі. Були використані загальнонаукові методи дослідження: наукова абстракція, аналіз, синтез, порівняння.

Результати та обговорення. Діджиталізація – це заснований на можливостях сучасної ІТ-індустрії процес застосування підприємствами сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для досягнення своєї мети, зорієнтований на трансформацію існуючих бізнес-процесів шляхом їх діджиталізації [1, с.19].

Виділяють наступні переваги підприємства від використання діджиталізації [2,с.43]: швидкий доступ до будь-яких даних підприємства; підвищення ефективності роботи працівників; зростання продуктивності та зменшення витрат; якісна, швидка обробка та формування звітів; наявність чат-ботів для дистанційної комунікації працівників; покращення обслуговування клієнтів; менша кількість помилок в розрахунках, аналітиці та плануванні; підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На сьогоднішній день цифрові інновації розвиваються в Україні із дуже великою швидкістю. Саме це призвело до стрімкого розвитку цифрової технології у всіх сферах економіки. Таким чином, в Україні за останні двадцять років суттєво змінена індустрія гостинності, саме через впровадження цифрових інновацій.

В сучасному ресторанному господарстві, діджиталізація одержується через те, що застосовують мінімальний комплекс з цифрових технологій та процесів: обслуговування гостей використовуючи QR-код; застосування на електронних пристроях цифрової інформації; використання комунікації дистанційно із гостем в соціальних мережах; впровадження програм із інформаційним управлінням (обмін інформації між працівниками ресторану); можливість проведення оплати он-лайн.

Велика кількість вітчизняних закладів ресторанного господарства працюють із хмарними системами обліку, офіціанти в своїй роботі застосовують планшети й смартфони.

Висновок. Отже, аналіз застосування діджиталізації в сучасних підприємствах ресторанного бізнесу, показав економічну доцільність для підприємства і значні переваги для його відвідувачів від впровадження таких технологій. В загальному підсумку, підприємство отримує зростання доходу та прибутку і рід конкурентних переваг на ринку.

Література

- 1.Гудзь О., Федюнін С., Щербина В. Діджиталізація, як конкурентна перевага підприємств. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2019. № 3 (29). С.18–24.
- 2.Веретенникова Г. Б. Устименко О.С. Діджиталізація, як інструмент управління підприємством //Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2021 р. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021. – 288 с.

23. Перспективи використання борошна різних зернових культур в продукції закладів ресторанного господарства

Інга Дочинець, Тетяна Сильчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Борошно різних зернових культур таких як амарант, сорго, просо, овес, спельта, кіноа, жито, тритікале популярні у вузькому сегменті споживчого ринку, мають свою нішу і в закладах ресторанного господарства.

Матеріали і методи. Метою дослідження є оцінка можливостей виробництва хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів з різних зернових культур, що вирощуються в Україні. Це зумовить необхідність вирішення наступних завдань: уточнити поняття нішеві культури; дослідити переваги та недоліки виробництва хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів з різних зернових культур; визначити перспективи розвитку виробництва борошняних виробів з даних культур в закладах ресторанного господарства.

Результати і обговорення. На сьогодні науковцями не сформовано єдиного підходу до класифікації ознак виокремлення сільськогосподарських культур у групу нішевих. В аграрному виробництві ними вважаються ті, що використовуються у сівозміні в якості попередників основних культур і ті, що виступають культурами-замінниками для пересіву загиблених зернових культур [1]. У групі зернових такими культурами нині є амарант, жито, гречка, сорго, льон, овес тощо.

З усього різноманіття зернових перспективними для виробництва виробів в закладах ресторанного господарства можуть бути, такі культури як амарант та сорго. В амарантовому борошні багато біологічно активних речовин, воно використовується при приготуванні коржів, хлібобулочних, борошняних кондитерських та макаронних виробів. Хімічний склад амарантового борошна включає в себе: холін, вітаміни А, В₁, В₂, В₅, В₆, В₉, В₁₂, С, D, Е і РР, а також корисні і необхідні організму мінеральні речовини: калій, кальцій, магній, цинк, селен, мідь, марганець, залізо, фосфор, містить клітковину, щавлеву кислоту, амінокислоти: лізин, триптофан, метіонін; фітостероли, фосфоліпіди, сквален, жирні кислоти. Харчова цінність продукту становить: білки - 8,9 г; жири - 1,7 г; вуглеводи - 61,7 г; калорійність приблизно 298 ккал /100 г [2].

До складу зерен сорго входять клітковина, білки, вуглеводи, зола і жири. Енергетична цінність продукту становить приблизно 340 ккал. Також в рослині присутні такі компоненти, як аскорбінова, фолієва кислота, біотин, ніацин, рибофлавін, тіамін, кальцій, цинк, селен, магній, фосфор, калій, залізо, мідь і молібден. Сорго є відмінною заміною пшеничного борошна для людей з непереносимістю глютену. Виробництво хлібобулочних та борошняних виробів в закладах ресторанного господарства з зернових культур має ряд переваг: вони є джерелом основних біологічно активних речовин (вітамінів та мінеральних речовин), не містять глютену, містять харчові волокна, клітковину, його виготовляють небагато, економічно вигідно готувати вироби в закладах ресторанного господарства в невеликому обсязі.

Висновки. Україна має чималу здатність розвитку виробництва борошняних виробів з борошна та продуктів переробки зернових культур в закладах ресторанного господарства так, як сучасний агробізнес усе частіше робить ставку на дані культури, які виручають за умов кризи чи пошуку нових рішень.

Література

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Амарантове борошно: з чого робиться, чим корисне, що можна приготувати. Режим доступу <https://xn--80aa8ab.xn--j1amh/amarantovaia-boroshno-z-chogo-robitsia-chim-korisne-sho-mojna-prigotyvati>.

24. Використання комбучі підвищеної кислотності у технології мармеладу

Ольга Дулька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Умови сьогодення вимагають сучасного підходу до створення харчових продуктів нового покоління, зокрема підвищення їх біологічної цінності, сприяння профілактиці захворювань, збереженню рівня здоров'я населення та довголіття.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є технологія мармеладу. Було проведено дослідження, щодо удосконалення рецептурного складу мармеладу з використанням ферментованих напоїв та локальної сировини. Мармелад готували в лабораторних умовах згідно з діючими нормативними документами.

Результати та обговорення. Ринок України представлений значним асортиментом цукровмісних кондитерських виробів. Їх технології передбачають використання барвників, смакоароматичних добавок та структуроутворювачів. Мармеладні вироби відрізняються від іншої кондитерської продукції драгледоподібною структурою. Вони є корисними завдяки застосуванню природних інгредієнтів. Їх популярність зумовлена, смако-ароматичними властивостями та низькою калорійністю у порівнянні з іншими цукровмісними кондитерськими виробами.

Технології мармеладу передбачають різні способи їх виготовлення. Перспективним напрямом для удосконалення асортименту мармеладу є використання нетрадиційної сировини, що містить біологічно активні речовини.

Можливим видом сировини у технологіях мармеладних виробів є столовий буряк та комбуча високої кислотності, яка за своїми органолептичними властивостями не може використовуватись як напій.

Комбуча готується шляхом ферментації водного екстракту чаю та сахарози симбіотичною культурою бактерій і дріжджів, яку зазвичай називають SCOBY [1]. Кінцевий продукт містить різні органічні кислоти, діоксид вуглецю, етиловий спирт, побічні та вторинні продукти бродіння. На всіх стадіях культивування SCOBY перетворює глюкозу у етанол та органічні кислоти, головним чином оцтову. Хімічний склад збродженого суслу залежить від тривалості ферментації, складових суслу, вмісту цукру та інших факторів [2].

Запропонована технологія мармеладу передбачає використання столового буряку як сировини та після ферментації суслу на його основі. Готовий мармелад містить біологічно активні речовини столового буряку та комбучі (вітаміни β-каротин, B₁, B₂, PP, C та ін.), мінеральні речовини, прості вуглеводи, клітковина та ін.

Використання столового буряку та комбучі на його основі дозволяє розширити асортимент кондитерських виробів підвищеної біологічної цінності.

Висновки. Запровадження інноваційних способів приготування мармеладу із використанням комбучі та столового буряку може забезпечити високу якість готової продукції та попит споживачів.

Література.

1. O. Dulka, V. Prybylskyi, O. Fedosov, S. Olijnyk, A. Kuts, L. Sharan, I. Koretska, I. Tiurikova Innovative technology of water preparation for the production of fermed beverage kombucha. Journal of Chemistry and Technologies Vol. 31 No. 1., 2023. С. 82-91.

2. О. Дулька, В. Прибильський, О. Шидловська, Т. Іщенко. Використання комбучі та насіння чіа у технологіях ресторанного господарства. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і практичні підходи виробництва та регулювання використання харчових добавок в країнах Європейського Союзу та в Україні», 25 жовтня 2023. – К.: НУХТ, 2023, С. 169-170.

25. Застосування способу електроконтактного нагрівання в обладнанні для підприємств готельно-ресторанного господарства

Ігор Бабанов¹, Андрій Шевченко², Світлана Прасол², Богдан Михайлов²

1 – Національний університет харчових технологій

2 – Державний біотехнологічний університет

Вступ. До важливих проблемних питань підприємств готельно-ресторанного господарства відносяться задачі створення енергозберігаючого обладнання. Для цього застосовують прогресивні способи в обладнанні нагрівання харчових продуктів.

Матеріали та методи. Об'єктом досліджень є обладнання підприємств готельно-ресторанного господарства та спосіб електроконтактного нагрівання (ЕКН). Використовувався метод теоретичного моделювання та методики експериментального вимірювання електричних та теплотиметричних показників.

Результати та обговорення. Найбільш простим та ефективним методом нагрівання харчових продуктів є ЕКН, що здійснюється при безпосередньому контакті електричного струму з продуктом. Нажаль, способи з ЕКН не знайшли належного застосування в обладнанні підприємств готельно-ресторанного господарства.

ЕКН характеризується перетворенням електричної енергії в теплову безпосередньо в провідному середовищі. Отримання при цьому внутрішньої енергії за всім об'ємом продукту є важливою перевагою методу. Способи з ЕКН застосовують для знищення бактеріальних спор та створення асептичних умов у харчових системах. Можливе ЕКН різноманітних овочів та фруктів, а також фаршевих мас.

Спосіб жарення з ЕКН [1] може використовуватись на підприємствах ресторанного господарства для жарення широкого асортименту кулінарної продукції. До основних переваг способу слід віднести скорочення тривалості технологічних процесів та зниження витрат енергії. За умов задавання напруги змінного електричного струму залежно від електропровідності напівфабрикатів з'являється можливість регульованого підведення в необхідній кількості теплової енергії від ЕКН.

Для підтвердження ефективності способу проведено експериментальні дослідження. Предметом досліджень обрано зразки з натуральної січеної м'ясної маси. В якості контрольних використовували зразки продукції, що підлягали двобічному смаженню. В якості дослідних використовували зразки продукції, що підлягали смаженню способом з ЕКН. Аналіз отриманих результатів свідчить про більш інтенсивне нагрівання способом жарення з ЕКН. Під час досліджень способу жарення з ЕКН (дослідний зразок) спостерігалось рівномірне прогрівання всіх шарів виробу, процес термообробки скоротився майже в 2 рази. Зразок досяг температури 90 °С в центрі приблизно через 180 с. При цьому на поверхні виробу сформувалась скоринка, притаманна жареним виробам.

Висновки. Запропоновано спосіб жарення з ЕКН, що може використовуватись в обладнанні на підприємствах ресторанного господарства для жарення широкого асортименту кулінарної продукції. Перспективність способу обґрунтовується багатьма перевагами, а також різноманітністю можливих варіантів здійснення відповідних процесів у залежності від виду продукції та потрібного ефекту.

Література

1. Черевко О.І., та ін. (2011) Комбінований спосіб теплової обробки харчових продуктів, Патент на корисну модель 58275 Україна, МПК А 23 L 1/025, опубл. 11.04.2011, Бюл. № 7.

26. Спеції як індикатор національної кухні

Віталіна Левченко, Оксана Кирпиченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У кулінарії велику роль відіграють спеції, які формують смак та запах страв. Вдало підібрані акценти в національних стравах – це мистецтво, що закарбовано століттями.

Матеріали та методи. Під час дослідження використовувались загальноприйняті аналітичні методи, зокрема збір інформації, теоретичний аналіз, обробка, узагальнення та інтерпретація матеріалу.

Результати та обговорення. Спеції - це рослинна сировина, яка використовується для приправлення та покращення смаку, аромату і кольору їжі. Вони можуть бути використані у свіжому, сушеному, подрібненому або порошковому вигляді, і зазвичай додаються до страви в невеликих кількостях для підсилення смакових якостей або створення унікального смаку.

Спеції відіграють важливу роль у формуванні національної ідентичності та унікального смакового профілю етнічних кухонь по всьому світу. Вони використовуються не лише для приправлення страв, але й символізують культурні цінності, традиції. Спеції мають велике культурне значення в межах кулінарних традицій народу. Хоча українська кухня відома своїм акцентом на свіжі, сезонні інгредієнти, спеції часто використовуються для підвищення смакового профілю різних страв. Ось деякі спеції, які характерні саме українській кулінарії: насіння кропу, чебрець, материнка, ялівець, багульник, бузина, калган, гісоп.

Також розвиток національної кухні залежить від різноманітності місцевих спецій, які мають регіональні відмінності, відповідно це відображається на кулінарному стилі місцевості.

Назви спецій можуть відрізнятися в залежності від регіону та країни, іноді це пов'язано з лінгвістичними відмінностями або історичними причинами. Наприклад, орегано та материнка - це, насправді, різні рослини з різними ботанічними характеристиками та смаковими властивостями, хоча відносяться до однієї родини рослин. Орегано *Origanum heracleoticum* є рослиною, що походить з південної Європи та Середземномор'я, відома своїм сильним ароматом і використовується у багатьох кухнях світу, зокрема в італійській, грецькій та іспанській кухнях. Материнка *Origanum vulgare*, має свої власні унікальні характеристики смаку та аромату, хоча іноді може бути певна схожість з орегано. Отже, хоча назви можуть варіюватися, орегано та материнка - це різні рослини з різними смаковими якостями, і вони можуть використовуватися у кулінарії для створення різних смаків і ароматів у стравах.

Регіональна українська кухня відома своїми ситними та затишними стравами, які часто включають в себе місцеві інгредієнти та традиційні методи приготування. Ось деякі популярні страви з західного регіону: бограч, бануш, гомбовці, грибна юшка. Страви центральної України: борщ з пампушками, вареники, галушки, чинахи, деруни, куліш. Страви східної України: рулька по-донбаськи, окрошка, капуста, шишкове варення. Страви південної України: кількові котлетки, рибна юшка, долма, лагман.

Висновки. Спеції відіграють значну роль у кулінарній практиці України, додаючи смак, аромат та глибину традиційним стравам. Також спеції надихають кулінарну інновацію та креативність кухарів, що призводить до появи нових страв і комбінацій смаків.

27. Особливості організації роботи кав'ярень при готелях

Ольга Козаченко, Тетяна Сильчук, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Організація кав'ярень при готелях є надзвичайно актуальною в сучасному готельному бізнесі. Крім забезпечення гостей можливістю насолоджуватися вишуканою кавою та закусками протягом усього дня, кав'ярні також відкривають можливість показати культуру країни через подачу автентичних страв та десертів.

Матеріали та методи. Метою цього дослідження є оцінка важливості розміщення кав'ярень при готелях. Дослідження включатиме аналіз сучасних тенденцій у готельній індустрії, виявлення потреб та очікувань клієнтів щодо доступності кав'ярень у готелях, а також визначення переваг та можливих викликів у впровадженні таких закладів. Також, планується дослідити вплив розміщення кав'ярень на конкурентоспроможність готельного бізнесу та задоволення потреб гостей.

Результати та обговорення. Аналіз досліджень проводився на прикладі кав'ярні "Львівська майстерня шоколаду" – це відоме місце, де збираються різні відвідувачі, кожен з яких має свою унікальну мотивацію. На сьогоднішній день, результати опитування за рік, проведеного в кав'ярні, свідчать про високий рівень задоволення клієнтів і демонструють позитивну динаміку у багатьох аспектах обслуговування, а саме: якість продукції, сервіс та доброзичливість персоналу, розмаїтість меню, атмосфера та дизайн.

Організація роботи кав'ярень при готелях має особливе значення, особливо в умовах воєнного стану. У такі складні часи гості шукають спокій та розслаблення, а кав'ярні можуть стати оазою затишку і відпочинку. Крім того, вони можуть стати місцем, де туристи зможуть побачити виражену культуру країни. Наприклад, через подачу автентичних десертів у кав'ярнях готелів можна прослідкувати особливості національної кухні та культурні традиції.

Десерти, які виносяться в кав'ярнях готелів, можуть стати своєрідним екскурсом у кулінарну спадщину країни, дозволяючи гостям не лише смакувати страви, але і відчувати атмосферу та особливості національної кухні. Такий підхід не лише розширює кулінарний досвід гостей, а й створює унікальну атмосферу, що приваблює нових гостей та підвищує рейтинг готелю.

Висновки. Конкретний приклад кав'ярні "Львівська Майстерня Шоколаду" надав можливість охарактеризувати цей заклад, його основні аспекти роботи та організаційні, управлінські та економічні аспекти. Отже, кав'ярні в готелях під час воєнного стану можуть стати не лише місцем відпочинку та розваг, але й платформою для виявлення культурної спадщини країни через її кулінарні традиції.

Література

1. П'ятницька Г.Т. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України / Г.Т. П'ятницька, В.С. Найдюк // Економіка і держава. - 2017. - № 9. - С. 66-73.
2. П'ятницька Г. Розвиток ресторанного господарства в Україні: структурні зміни, фінансова стійкість підприємств, прогнози / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк // Економіст. - 2013. - № 11. - С. 37-45.
3. Кав'ярня стали прибутковим бізнесом, а продажі кави зросли на чверть [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://agroday.com.ua>.
4. Маркетингове дослідження ринку кави [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/marketingovoe-issledovanie-rynka-kofe-kratkij-obzor>.

28. Особливості організації виробництва ферментованого напою комбуча у закладах ресторанного господарства

Владислав Сахновський, Ольга Дулька, Віталій Прибильський
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Організація виробництва харчової продукції в Україні, зокрема у закладах ресторанного господарства потребує відновлення багаторічних національних традицій. Ферментовані напої є невід'ємною складовою харчування населення всіх вікових груп.

Матеріали та методи. Досліджували перспективи використання комбучі у технологіях готельно-ресторанних господарств для розширення споживчого попиту міленіалів.

Результати та обговорення. Споживачами послуг індустрії гостинності в умовах сьогодення все більше користуються міленіали. Оскільки вони виросли в еру технологій, то вносять свої власні унікальні тенденції та очікують від закладів високотехнологічних рішень. Міленіали, як правило, ведуть здоровий спосіб життя та ставляться до харчування з урахуванням його впливу на здоров'я.

Вирішення проблеми повноцінного харчування міленіалів повинно базуватися на сучасних підходах, в основу яких покладено забезпечення нешкідливості продуктів, стабільна їх якість та інші вимоги.

Споживачі мають різний стан здоров'я, вік, стать та фізичне навантаження. Харчові продукти повинні враховувати вимоги нутриціології харчування різних груп населення, що обумовлює необхідність формування нових підходів до їх якості [1].

Одним із перспективних харчових продуктів є ферментований напій комбуча, який набуває все більшої популярності у світі. Комбуча як ферментований напій на основі чаю, має ряд переваг для здоров'я завдяки своїм антиоксидантним, антиканцерогенним, протизапальним, протидіабетичним і антибактеріальним властивостям [2]. Тому організація її виробництва у закладах індустрії гостинності є доречним і дає можливість отримувати додатковий дохід.

Для виробництва комбучі у закладах готельно-ресторанної сфери потрібно передбачити такі технологічні стадії: підготовки води, приготування екстракту чаю та цукрового сиропу, ферментація суслу, фільтрування напою, розлив.

При виборі технологічного обладнання необхідно враховувати прогнозовану продуктивність, енергетичні та матеріальні витрати, можливість збільшення потужності на стадії ферментації.

Висновки. Запропоновано використання у готельно-ресторанних господарствах комбучі як перспективного ферментованого напою для населення різних вікових груп та можливу складову дизайну та фірмових найменувань підприємств.

Література

1. О. Дулька, В. Прибильський, О. Шидловська Тенденції впровадження крафтових напоїв у закладах ресторанного господарства. Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації: Програма та матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 23-24 травня 2023 р., м.Київ. – К.: НУХТ, 2023р. – 175 с.

2. О. Дулька, В. Прибильський, О. Шидловська, Використання комбучі у коктейлях для закладів ресторанного господарства. Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», 16-17 травня 2023 р. – К.: НУХТ, 2023 р. – 67 с.

29. Удосконалення способу виробництва шніцеля рибного натурального

Ірина Дітріх

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Удосконалення технологій страв на основі риби та нетрадиційних овочевих складових, збалансованих за хімічним складом, зробить певний внесок у розширення асортименту рибних страв у меню закладів готельно-ресторанного бізнесу.

Матеріали і методи. Розроблена рецептура страви «Шніцель рибний натуральний з дайконом, мигдалем та вівсяними пластівцями», запропоновано спосіб виробництва цієї страви. В роботі використані загальнонаукові, органолептичні та розрахункові методи.

Результати та обговорення. До рецептурного складу страви «Шніцель рибний натуральний з дайконом, мигдалем та вівсяними пластівцями» входять наступні інгредієнти, %: філе скумбрії - 50,6; дайкон - 15,0; цибуля ріпчаста -12,4; зелень петрушки -2,5; мелені вівсяні пластівці - 8,0; мелений мигдаль – 1,2%; молоко коров'яче - 6,2; яйця курячі – 3,1; сіль – 1,0 [1].

Введення філе скумбрії атлантичної в рецептуру у кількості 50,6% зумовлено тим, що у готовому виробі підвищується харчова цінність та покращуються органолептичні показники. Енергетична цінність страви зросла на 53 % і становить 602,5 кДж.

Для розв'язання проблеми витрачання часу на двоетапну теплову обробку напівфабрикату, виключено процес обсмажування. Основний компонент рецептури риба скумбрія атлантична, здатна забезпечити достатню кількість жиру для утворення хрусткої скоринки шніцелю. Тому як теплову обробку напівфабрикату запропоновано запікання у пароконвектоматі. Це дозволило отримати не перенасичену жирами страву, яка має хрустку скоринку та соковиту основу. Запікання у пароконвектоматі шніцелю рибного натурального з дайконом, мигдалем та вівсяними пластівцями менше ніж 12 хв не забезпечує повної готовності напівфабрикату, тривалість термічної обробки понад 17 хв призводить до сухої консистенції страви. Також значний вплив має температура робочого середовища. При запіканні страви в діапазоні температур від 165 до 170°C протягом 12-17 хв, відбувається достатнє пропікання продукту без значних втрат мікро- та макроелементів.

Страва «Шніцель рибний натуральний з дайконом, мигдалем та вівсяними пластівцями» має гармонійні смакові властивості. Завдяки покращенню панірування шніцеля, продукт набуває більш привабливого та оригінального зовнішнього вигляду. Страва може бути подана як основна, так і разом з гарніром.

Висновки. Таким чином, запропонований спосіб виробництва страви «Шніцель рибний натуральний з дайконом, мигдалем та вівсяними пластівцями» дозволяє зменшити кількість необхідних термічних обробок страви та покращити її органолептичні характеристики. Цю страву можна рекомендувати широкому колу споживачів у закладах індустрії гостинності.

Література

1. Дітріх І.В. Спосіб виробництва шніцеля рибного натурального з дайконом, мигдалем та вівсяними пластівцями. Пат. на корисну модель № 154225 МПК (2016.01) A23L 5/10 A23L 27/00 / І.В. Дітріх, К.С. Коржес; заявник – НУХТ. -№ u2022 05110 заяв. 29.12.2022; опубл. 25.10.2023, Бюл. № 43

30. Організаційна структура управління підприємством індустрії гостинності та її удосконалення в умовах ринку

Оксана Старікова, Лариса Литвинець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Удосконалення організаційної структури управління підприємств сфери гостинності є питанням, що потребує розроблення інноваційних підходів та надання практичних пропозицій.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу і узагальнення отриманих даних. Інформаційна база даного дослідження – наукові роботи вітчизняних та зарубіжних науковців.

Результати та обговорення. В умовах жорсткої конкуренції та розвитку сучасних ринкових відносин серед підприємств гостинності постає проблема ефективної побудови організаційної структури управління, яка б могла швидко реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища та пристосовуватись до них.

Створення ефективної організаційної структури, яка враховуватиме всі особливості підприємства та напрямки його стратегічного розвитку, активно вплине на його стійкість в конкурентному середовищі та підвищить рівень його функціонування.

Організаційна структура підприємства має безпосередній вплив на реалізацію стратегії підприємства, його взаємодію із зовнішнім середовищем та ефективне вирішення поставлених завдань.

Звісно організаційна структура підприємством проектується з орієнтацією на її довготривале та ефективне функціонування, але необхідно здійснювати контроль за її актуальністю.

Реалізація стратегії підприємства буде більш успішною за умови застосування контролінгу, як функції стратегічного управління, яка пред'являє певні вимоги до організаційної структури.

Контролінг передбачає поєднання в єдиний системний елемент управління функції стратегічного аналізу та стратегічного планування. Організаційна складова контролінгу визначає його ефективність.

Служба контролінгу не обмежується виконанням внутрішнього контролю за здійсненням фінансово-господарської діяльності підприємства, вона є ефективною координуючою системою забезпечення взаємозв'язку між формуванням інформаційної бази, оперативним і стратегічним аналізом, стратегічним плануванням і внутрішнім господарським контролем на підприємстві.

Висновки. Запропонована структура управління на засадах стратегічного контролінгу, завдяки своїй ієрархічності забезпечить оперативну реалізацію управлінських рішень та підвищення ефективності роботи функціональних служб, відповідальність кожного за виконання своєї роботи. Організаційна структура підприємства залишиться чіткою, простою в плані взаємодії та економічною.

31. Механізм стратегічного управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу

Софія Воробйова, Лариса Литвинець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Стратегія управління змінами є основою для планування та реалізації змін в діяльності підприємства, яка в цілому формує узагальнюючу концепцію розвитку організації та модель для досягнення цілей.

Матеріали і методи. Досліджуючи дане питання були використані методи наукових узагальнень, порівняльного аналізу, Інформаційна база даного дослідження – наукові роботи вітчизняних та зарубіжних науковців.

Результати та обговорення. Управління змінами передбачає процес постійного коригування напрямку діяльності підприємства, модифікації поведінки її працівників в умовах змін і несе в собі причинно наслідковий характер стратегічного управління у напрямку впровадження нових ідей, технік, технологій та методів і моделей їх реалізації.

Головною умовою забезпечення успішності та ефективності втілення стратегії в умовах змін є вдалий підбір і поєднання засобів та інструментів її реалізації.

Комплексний механізм стратегічного управління змінами у галузі готельно-ресторанного бізнесу повинен ґрунтуватись на наступних концептах:

- оцінюванні необхідності змін – передбачає проблемно-орієнтоване стратегічне планування шляхом діагностування ключових проблем функціонування галузі та їх класифікування на неструктуровані, слабо структуровані і добре структуровані;

- оцінюванні та співставленні можливостей і потреб галузі – ґрунтується на врахуванні компетентнісно-орієнтованого підходу та концептуалізації бачення щодо розвитку галузі;

- застосуванню системи полікритеріального підходу до процесу впровадження та реалізації змін – передбачає визначення ключових параметрів, елементів, принципів та індикаторів функціонування і розвитку готельно-ресторанного бізнесу, проектування їх взаємозв'язків між собою і прогнозування причинно-наслідкових результатів;

- діагностуванні та оцінюванні ефективності процесу змін – формулювання уніфікованої критеріальної бази для оцінювання результатів реалізації змін в галузі готельно-ресторанного бізнесу та діагностування їх ефективності у розрізі сфери послуг та національної економіки країни;

- прогнозуванні подальшого розвитку галузі – визначення і моделювання пріоритетних напрямів розвитку готельно-ресторанного бізнесу у найближчій перспективі.

Висновки. Ефективність стратегічного управління змінами залежить від правильного вибору стратегії відносно орієнтації напрямку діяльності організації та її стратегічних макроустановок (на зростання, на захист, на розвиток).

32. Особливості інформаційного забезпечення системи менеджменту підприємств індустрії гостинності

Вікторія Пилипенко, Лариса Литвинець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інформаційні ресурси стають не тільки допоміжним засобом управління підприємством, а й основним інструментом для зменшення (мінімізації) його витрат. Не залишається осторонь від цього буму і готельний бізнес.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу і узагальнення отриманих даних. Інформаційна база даного дослідження – наукові роботи вітчизняних та зарубіжних науковців.

Результати та обговорення. Головною передумовою трансформації традиційного менеджменту та пристосування його до нових умов діяльності готельно-ресторанних господарств стало масове використання комп'ютерної та телекомунікаційної техніки, формування на її основі високоєфективних інформаційно-управлінських технологій. Ця трансформація знайшла своє відображення в радикальних змінах, що торкнулися організаційної структури менеджменту, його регламенту, кадрового потенціалу, системи документування, фіксації та передачі інформації, використання інформаційних ресурсів в цілому.

Сучасне готельно-ресторанне господарство динамічно розвивається. Тенденції його розвитку пов'язані з ростом попиту і розширенням спектра послуг, що надаються. Використання новітніх інформаційних технологій, їх інтеграція з системами життєзабезпечення, дозволяють оптимізувати функціонування всіх служб і сервісів готельно-ресторанного комплексу, в тому числі і системи менеджменту.

Розрізняють два способи впливу сучасних інформаційних технологій на організацію діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства: застосування методів інформаційних технологій для аналізу і конструювання бізнес-процесів (наприклад, об'єктно-орієнтоване моделювання) та поява нових бізнес-процесів, що дозволяють докорінно змінити базові правила управлінської праці.

Система менеджменту підприємств готельно-ресторанного господарства та інформаційні технології, що застосовуються, є взаємопов'язаними. Інформаційні технології повинні відповідати стратегічним планам компанії та цільовим орієнтирам концепції її управління. Формування ефективної системи управління підприємством, що характеризується якістю і гнучкістю до мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища, дозволить створити умови стабільного зростання конкурентної привабливості для інвесторів, послужить каталізатором інноваційної активності організації, приведе в оптимальний стан внутрішні бізнес-процеси, а також, як наслідок, буде сприяти підвищенню енергоефективності та ресурсозбереження за рахунок використання новітніх виробничих технологій.

Висновки. Отже, роль інформаційного забезпечення в системі менеджменту при управлінні організацією досить висока, оскільки забезпечує швидке реагування всіх суб'єктів на різного роду зміни і впливу широкого діапазону факторів як в умовах зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

33. Передумови удосконалення технології напівфабрикатів з крупів

Валерій Віноградов, Олександр Коршунов, В'ячеслав Губеня
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Удосконалення технологій напівфабрикатів з крупів має бути спрямоване на підвищення їхньої поживної цінності зі збереженням соціальної доступності готової продукції. Метою дослідження є удосконалення кулінарної продукції з крупів на основі напівфабрикату зі збалансованим складом.

Матеріали і методи. На теперішньому етапі використовували такі методи досліджень: спостереження, порівняння, абстрагування. Теоретичні дослідження полягали в аналізуванні асортименту та технологічних властивостей крупів.

Результати та обговорення. Розглянуто асортимент крупів і здійснено порівняльну оцінку за споживчими та технологічними характеристиками. Згідно з аналітичними дослідженнями, ячні крупи оптимальні для удосконалення технологій круп'яних напівфабрикатів, тому що характеризуються як соціально доступні, мають високу поживну цінність, багатофункціональні у кулінарному застосуванні. Виробництво крупів є відносно недорогим, що робить кінцеву кулінарну продукцію доступною для всіх груп споживачів.

Крупи є основою широкого асортименту ресторанної продукції: супи, каші та похідна кулінарна продукція, як-от круп'яники, запіканки, котлети, начинки тощо. Страви з крупів, зокрема ячної крупи, використовують у дієтичних раціонах. Водночас крупи не володіють збалансованим амінокислотним та мікронутрієнтним складом, тому в харчуванні повинні доповнюватися продукцією тваринного походження, овочами та бобовими. Створення кулінарних напівфабрикатів на основі крупів та додаткової сировини, яка наближує співвідношення макро- та мікронутрієнтів у готовій продукції до оптимального, є актуальним науковим завданням і відкриває широкі можливості для інноваційних практичних рішень в технологіях ресторанної продукції.

Очікувана наукова цінність і практичне значення результатів досліджень:

- встановлення взаємного впливу основної та додаткової сировини у складі єдиної технологічної системи напівфабрикату з крупів;
- обґрунтування параметрів технологічного процесу напівфабрикату з крупів (гідромодуль, ступінь кулінарної готовності, тривалість теплового оброблення крупів) і кулінарної продукції на основі нього;
- отримання напівфабрикату з крупів зі збалансованим складом поживних речовин;
- поліпшення організаційних аспектів виробництва та реалізації ресторанної продукції, особливо для визначеного контингенту споживачів.

Висновки. Встановлено переваги та перспективи використання крупи ячної в технології кулінарної продукції, що має соціальне значення. Згідно з аналізом наукових джерел інформації, удосконалення технології напівфабрикатів з крупів є актуальним і перспективним в умовах сьогодення.

Література

1. Головна сторінка - Бібліотека НУХТ. *Бібліотека НУХТ.* URL: <https://library.nuft.edu.ua/> (дата звернення: 11.03.2024).
2. Укрпатент. *Укрпатент.* URL: <https://ukrpatent.org/uk> (дата звернення: 11.03.2024).

34. Впровадження уніфікованої маркетингової платформи для ресторанів

Олексій Собін, Андрій Собін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проведення дослідження з метою пошуку доступних варіантів збільшення середнього чеку споживачів ресторанного продукту та оптимізації процесів для роботи на маркетингових платформах.

Матеріали та методи. Матеріалом стала маркетингова платформа Choice, українського виробництва, котра стрімко розвивається в сфері ресторанного бізнесу. Оцінку давали методом порівняння.

Результати та обговорення. Дедалі більше людей дізнаються про заклади ресторанного господарства через мережу Інтернет, соціальні мережі та стрімінгові платформи. Гості бажають попердньо переглянути візуал закладу та меню спираючись на сайт закладу, особливо якщо це стосується служби доставки закладу. Заклади намагаються створити сайт котрий буде зручним у користуванні як гостям (для формування замовлення на доставку) так і персоналу закладу (для опрацювання замовлення). На сьогодні найкращим рішенням для такої задачі є платформа Choice, котру розробили українські ІТ-спеціалісти спираючись на побажання рестораторів. Платформа надає змогу створення сайту, QR-меню, мобільного додатку, чат-боту в одному стилі з однією спільною базою даних. Спільна база даних дозволяє пришвидшити оформлення замовлення орієнтовно в півтора рази. Також завдяки штучному інтелекту, котрий спирається на попередні замовлення гостя дозволяє збільшити середній чек додатково до 15%, пропонуючи додаткові пропозиції з меню. Завдяки спільній базі даних клієнтів, легше працювати з відгуками гостей і цим сприяти покращенню сервісу. Легка інтеграція з рекламними кабінетами Google та Facebook дозволяє створювати індивідуальну контекстну та таргетовану рекламу котра буде направлена саме на потрібних замовників.

Кожен з сайтів є подібним між собою за структурою наповнення інформації, але індивідуальний за підходом до роботи з замовником через рекламні кабінети. Це дозволяє відслідковувати кількість замовлень кожним з гостей і автоматично надавати їм знижку на дане замовлення, чи генерувати промокод на наступні замовлення. Окрім всього іншого платформа Choice корисна тим що дозволяє робити у цілм ресторанним мережам працювати на одному Інтернет сайті з розширеним спектром технічних послуг, таких як: автоматичне зонування районів доставки, змога опрацьовувати замовлення операторами коллцентру, формування індивідуальних акцій під кожен заклад, формування індивідуальних позицій до меню на заклад. Використовуючи єдиний маркетплейс це дає змогу економити на затратах в маркетинг до 10%, що дозволить реінвестувати ці кошти на розвиток мережі ресторанів.

Щорічний фінансовий звіт компанії Choice показує, що приріст споживачів, котрі купують, їхні послуги становить +14% щорічно за останні 3 роки. Не кожен заклад ресторанного господарства купує повний послуг що надає компанія, адже ще все ж є фінансово затратно. Більшість купує мінімальний пакет, котрий містить тільки QR-меню та інтеграцію з внутрішньою системою обліку ресторану. Використання даної системи в готельних дозволяє облегшити роботу Room service, адже всі замовлення з номеру одразу надходять до ресторану і розрахуватись можна за замовлення використовуючи платіжні онлайн системи.

Висновок. На сьогоднішній день використання різноманітних систем онлайн замовлень для ресторанного бізнесу є невід'ємною частиною розвитку бізнесу. Найбільш зручним з них є система Choice, котра є проста у використанні та бюджетна в розрізі надаваних послуг.

35. Використання прийомів мерчандайзингу в закладах ресторанного господарства

Артем Ушаповський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для активного залучення нових гостей до закладів ресторанного господарства ресторатори намагаються постійно розвиватися та удосконалюватися.

Одним з перспективних напрямків розвитку закладу ресторанного господарства є використання прийомів мерчандайзингу.

Матеріали і методи. В роботі використані результати досліджень вітчизняних та закордонних фахівців індустрії гостинності. Для обробки, викладення та узагальнення отриманої інформації використані методи системного пошуку, аналізу та синтезу.

Результати і обговорення. Мерчандайзинг закладів ресторанного господарства – це діяльність щодо реалізації продукції та послуг підприємств ресторанного господарства [1].

Для збільшення обсягу продажів, а відповідно і збільшення прибутку, в закладах ресторанного господарства застосовуються наступні прийоми мерчандайзингу:

- дизайн страв та напоїв (естетичне оформлення);
- впровадження нових методів обслуговування (включаючи сервірування та послуга «take away»);
- агітація у залі;
- переконливий продаж;
- пропозиція у виборі альтернативних продукції та послуг [2].

Одним з найпопулярніших способів популяризації закладу ресторанного господарства є активне рекламування в соціальних мережах: Facebook, Instagram та TikTok. Заклади створивши власні сторінки можуть популяризувати себе, а також асортимент наявних товарів та послуг. Також активно використовується таргетинг. Все це призводить до збільшення частки гостей і вважається одним з найефективніших прийомів мерчандайзингу на сьогодні, адже підприємці майже нічого не платять за рекламний контент.

Висновки. Отже, на основі проведеного аналізу літературних джерел інформації, можна зробити висновок, що сучасні прийоми мерчандайзингу є важливими та необхідними для розвитку, популяризації закладу та отримання прибутку. Прийоми мерчандайзингу надають можливість закладу бути конкурентоспроможним, навіть в умовах воєнного часу. Тому власники закладів ресторанного господарства використовують мерчандайзинг як прогресивну технологію для просування продукції та послуг в свої закладах.

Література

1. Омельченко, М. С. Мерчандайзинг у ресторанному господарстві / М. С. Омельченко, Н. М. Стукальська // Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії та перспективи VII Всеукраїнська студентська наукова конференція, 18 березня 2021 р., м. Київ. – Київ : КНТЕУ, 2021. – 2021. – С. 115-117.
2. Шквиря Н.О., Арстенко Т.В. Маркетингові дослідження поведінки споживачів готельних послуг. Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки). Мелітополь, 2021. № 1(43). С. 169-175.

36. Літні тераси, яке невід’ємна частина економіки закладів ресторанного господарства

Собін Андрій, Собін Олексій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Щорічно заклади ресторанного господарства мають змогу виставляти свої літні тераси чи майданчики для створення максимально задоволення споживачів надаючи їм змогу споживати страви на відкритому повітрі.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження стали ресторани, котрі виставляють на літній сезон власні літні майданчики та тераси. Використовували порівняльний та аналітичний метод дослідження.

Результати та обговорення. Щороку, в період з початку травня по закінчення жовтня місяця, кожен з закладів ресторанного господарства має змогу подати заявку для отримання дозволу на встановлення літніх терас та майданчиків поряд з рестораном. Якщо посилаєтесь на офіційні дані з Департаменту архітектури та будівництва міста Київ, Київської міської державної адміністрації, то можна зазначити що фінансове надходження з укладання договорів на встановлення літніх терас сягає 8 000 000 грн щорічно і це тільки у місті Київ. Тому така ініціатива від ресторанів є доволі привабливою з погляду економіки бюджетних надходжень.

Якщо порівнювати економічні показники закладів ресторанного господарства, котрі виставляють літні тераси та ті що це не роблять, то висновок буде доволі цікавим. Адже фінансовий приріст у літній період закладів, котрі користуються змогою виставляти літню терасу становить +18% (це може сягати 350 000 грн.) порівняно з іншими закладами.

Також літні тераси є своєрідною рекламою для закладу. Адже ніхто не забороняє брендувати літні зони для тераси назвою закладу, чи створювати на ній будь-які композиції що слугують візуальною рекламою закладу. Паралельно з цим працює ще невербальні рекламні засоби, завдяки котрим люди бажають завітати до закладу. А саме – проходячи повз терасу споглядати те, як інші гості на відкритому повітрі смакують красивими та ароматними стравами. І це на підсвідомому рівні спонукає завітати до закладу і також це скуштувати, звісно у випадку якщо невербальний ефект дійсно спрацював.

Оборотність місця на літній терасі складає орієнтовно 8-10 разів на робочу зміну (12 годин). В цей момент приріст середнього чеку в замовленнях, коли гості відпочивають на літній терасі становить +13-17%. Як правило літні тераси дозволяють збільшити кількість посадкових місць, що дає змогу прийняти більше замовлень і відповідно зробити більший оборот коштів на підприємстві. Тим самим надаючи змогу збільшити штат працівників і виплачувати їм заробітну плату і робити податкові відшкодування до бюджету.

Тому, ніби то здавалось, не велика літня тераса чи майданчик з загальною площею у 50 квадратних метрів дозволяє: найняти додатково двох офіціантів, двох кухарів та одного бармена; зробити бюджетний платіж у розмірі мінімум 80 000 грн за сезон; привести до порядку прилеглу територію закладу та елементи благоустрою, задовольнити естетичні вподобання гостей; розширити площу закладу.

Висновки. Зкладам ресторанного господарства необхідно використовувати власні ресурси та потенціал абсолютно завжди. Літня тераса та майданчик – це один з найкращих ресурсів теплої пори року. Тому, вдале планування конструкції тераси, підбір персоналу, оформлення та проведення інтерактивних вечорів має відбуватись за своєчасно, що б сезон відпрацювати на максимальних потужностях

37. Менеджмент закладів ресторанного господарства: проблеми та шляхи вирішення

Антоніна Бубела, Юрій Ткачук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Заклади харчування є важливою складовою харчової індустрії та відіграють ключову роль у задоволенні потреб споживачів. Проте, незважаючи на їх важливість, вони часто стикаються з рядом проблем, які ускладнюють їх ефективне управління та впливають на їх успішність.

Матеріали та методи. Проведення опитувань серед власників, керівників та персоналу закладів харчування. Спостереження за роботою закладів харчування, за організацією робочих процесів, якістю обслуговування та взаємодією з клієнтами. Огляд публікацій, наукових статей та інших джерел, що стосуються проблем управління закладами харчування.

Результати та обговорення. Діяльність в сфері громадського харчування вимагає наполегливої праці, відданості та досвіду задля досягнення успіху. Найпоширенішими проблемами управління у цій сфері є:

1. Ефективний менеджмент - успіх будь-якого бізнесу залежить від ефективності його управління.

2. Плинність кадрів - для вирішення цієї проблеми необхідно інвестувати в персонал, забезпечувати навчання та можливість кар'єрного росту, надавати бонуси та налагоджувати внутрішню комунікацію з персоналом, прислухатися до потреб та побажань кожного.

3. Тривалий робочий час – необхідно оптимізувати процеси роботи та впроваджувати більш автоматизовані системи, які дозволять скоротити час на виконання рутинних завдань. Також, доцільно переглянути графіки роботи та забезпечити належні перерви для відпочинку.

4. Навчання персоналу - потреби споживачів зростають, отже, знання та навички персоналу потрібно вдосконалювати. Важливо не обмежуватись лише початковим інструктажем, а забезпечувати навчання на всіх етапах роботи у закладі.

5. Відвідувачі - персоналізований підхід, створення усіх необхідних умов, щоб кожен відчував себе важливим, створить хороший імідж для підприємства.

6. Конкуренція - важливо чітко визначити свою концепцію та унікальність, відрізнитися цим від конкурентів

7. Харчові відходи - впровадження принципів безвідходного виробництва та мінімізація втрат на етапах виробництва, зберігання та реалізації продукції є важливим кроком для сталого розвитку індустрії харчування.

Висновки. Працювати в галузі громадського харчування досить важко. Тільки ефективний менеджмент, що враховує всі аспекти діяльності, дозволить закладам ресторанного господарства підвищити ефективність роботи, конкурентоспроможність і задоволеність споживачів. Безперервне навчання, гнучкість і креативність є ключем до процвітання в цій динамічній галузі.

Література

1. Spinoza JD (2023). 10 Management tips to improve business in 2024. URL : <https://www.zoomshift.com/blog/restaurant-management>
2. Antonow Agata (2022). The expert guide on how to manage a restaurant the right way. URL : <https://connectteam.com/restaurant-management-tips>

38. Актуальність вдосконалення асортименту хлібних паличок «Грісіні» для закладів ресторанного господарства

Анна Нечипорук, Тетяна Сильчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У закладах ресторанного господарства їжа повинна бути не лише смачною, а корисною та різноманітною. Асортимент страв повинен бути достатньо великим, щоб задовільнити добову потребу людини в вітамінах, мінералах, харчових волокнах та інших нутрієнтах, важливих для нормального функціонування нашого організму.

Матеріали і методи. Метою дослідження було удосконалення технології хлібних паличок «Грісіні», виготовлених з борошна вищого гатунку з додаванням такої нетрадиційної сировини як: вівсяні пластівці, вівсяні висівки, мак та кунжут. Це дозволило вирішити наступні завдання: дослідити переваги та недоліки виробництва паличок «Грісіні» з додаванням різної нетрадиційної сировини; визначити перспективи розвитку виробництва хлібних паличок «Грісіні» з додаванням функціональних продуктів в закладах ресторанного господарства.

Результати та обговорення. Гарним прикладом для забезпечення здорового раціону гостей є подача в закладах ресторанного господарства хлібних паличок «Грісіні». У натуральному вигляді «Грісіні» містять незначну кількість поживних речовин, але при збагаченні страви різноманітною нетрадиційною сировиною, можна отримати хлібні палички, які будуть багаті на харчові волокна, фолієву кислоту, кальцій. Хімічний склад вівсяних пластівців включає в себе: харчові волокна, вітаміни PP, E, B1, B2, B6, B9, біотин та необхідні організму мінеральні речовини: Ca, K, Mg, Na, P, Cl, S, Zn, Fe, Mn, Cu, I, Co, F. Харчова цінність продукту становить: білки – 13,14 г; жири – 6,87 г; вуглеводи – 68,09 г; калорійність – 400 ккал/100 г. Хімічний склад вівсяних висівок включає в себе: вітаміни PP, E, B1, B2, B5, B6, B9, вітамін D, холін та необхідні організму мінеральні речовини: Ca, K, Mg, Na, P, Zn, Fe, Mn, Cu, Se. Харчова цінність продукту становить: білки – 18 г; жири – 8 г; вуглеводи – 45 г; калорійність – 311 ккал/100 г [1].

Хімічний склад маку включає в себе: вітаміни PP, E, B1, B2, B5, B6, B9 та необхідні організму мінеральні речовини: Ca, K, Mg, Na, P, Zn, Fe, Cu, Se. Харчова цінність продукту становить: білки – 20,37 г; жири – 43,8 г; вуглеводи – 24,2 г; калорійність – 601 ккал/100 г. Хімічний склад кунжуту включає в себе: харчові волокна, вітаміни PP, E, B1, B2, B5, B6, B9, вітамін D, холін та необхідні організму мінеральні речовини: Ca, K, Mg, Na, P, Zn, Fe, Mn, Cu, Se. Харчова цінність продукту становить: білки – 21,97 г; жири – 58,5 г; вуглеводи – 4 г; калорійність – 664 ккал/100 г [1]. Виробництво хлібних паличок «Грісіні» в закладах ресторанного господарства з додаванням нетрадиційної сировини має ряд переваг: вони є джерелом основних біологічно активних речовин (вітамінів та мінеральних речовин), містить харчові волокна, для приготування необхідно не велику кількість недорогих інгредієнтів, що дає можливість зменшити кількість витрат при закупівлі продукції в закладах ресторанного господарства.

Висновки. Вдосконалення асортименту хлібних паличок «Грісіні» для закладів ресторанного господарства є надзвичайно актуальним, так як в результаті можна отримати економічно вигідний, нескладного приготування, найвищої якості кінцевий продукт.

Література

1. Сильчук, Т. А. Шляхи розширення асортименту хлібних виробів для закладів ресторанного господарства [Електронний ресурс] / Т. А. Сильчук, К. О. Сахненко, В. І. Зуйко // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2020. – Т. 26, № 1. – С. 188–194. – Режим доступу : <https://bit.ly/3soyAsk>

39. Використання амаранту у виробництві безглютенових хлібних виробів

Ірина Пархомець, Тетяна Сильчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним із ключових завдань фахівців хлібопекарської галузі є забезпечення виробництва продукції, яка є безпечною, якісною та має корисні властивості. З кожним роком попит на безглютенову продукцію зростає досить швидкими темпами. У зв'язку з цим виникає потреба у пошуку перспективних інгредієнтів для розширення асортименту хлібобулочних виробів, які становлять основу щоденного раціону.

Матеріали і методи. Проаналізовано результати наукових досліджень виробництва хліба з використанням нетрадиційної сировини. Для обробки, викладення та узагальнення отриманих даних використані методи системного аналізу.

Результати. Хлібобулочні вироби є невід'ємною складовою щоденного раціону харчування більшості людей, проте існують різноманітні захворювання, що ставлять під сумнів поточні технології. Щорічно збільшується кількість людей, які страждають на цeliacію. Це обумовлено алергією на білок, який міститься у таких продуктах, як пшениця, жито тощо, і для цих людей вживання таких продуктів є неприпустимим.

До найпоширеніших безглютенових культур належать рис, гречка та кукурудза. Проте аналіз наукової літератури показує, що все частіше вчені звертають увагу на так звану нетрадиційну безглютенову сировину. Наприклад, кіноа, боби, сорго та амарант.

Амарант – це широколистяна однорічна трав'яниста рослина 3–4 м висотою з множинними опатними суцвіттями, які містять насіння. Амарант широко використовують у сучасному оздоровчому харчуванні, фармацевтичній промисловості, а також для профілактики та лікування деяких захворювань, таких як ішемічна хвороба серця, гіпертонія, цукровий діабет, цeliacія тощо.

Хімічний склад сировини напряму залежить від умов вирощування та сорту рослини. Отже, доцільним є проведення аналізу різних сортів амаранту, як безглютенової сировини. Є велике різноманіття культури амаранту, взагалі нараховують 60–70 їх видів]. До найпоширеніших сортів амаранту в Україні належать: Харківський-1, Лікувальний, Ацтек, Ультра, Лера, Сем та Студентський [1].

Вміст білку в даних сортах амаранту коливається від 14...19 %, тоді як традиційні хлібні культури містять трохи більше 13% білка. Зерно амаранту перевершує традиційні злакові культури за вмістом незамінних амінокислот, вітамінів, макро- та мікроелементів, біологічно активних речовин, жиру (6...10 %) та цінної лікувальної сполуки – сквалену (5...8 %), що є сильним антиоксидантом. Основна перевага амаранту над іншими видами зернових – високий вміст незамінної амінокислоти лізину (у 2-2,5 рази більше, ніж у пшениці та житі), сірковмісних амінокислот, харчових волокон, вітаміну С, кальцію, магнію та фосфору [2].

Висновки. Використання нових видів сировини є одним із способів розширення асортименту безглютенової продукції. Амарант та продукти його переробки мають цінний хімічний склад, високу харчову та біологічну цінність та містять широкий спектр функціональних харчових речовин. Амарант є перспективною сировиною для створення функціональних безглютенових продуктів.

Література

1. Ланиця І. Ф. Дослідження високобілкової рослинної сировини – амаранту в контексті товарознавчих властивостей посічених напівфабрикатів. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Серія Технічні науки. 2020. № 24. С. 75–79. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1221-2020-23> 30.

2. Овсієнко С. Амарант та продукти його переробки в хлібопеченні. Продовольчі ресурси. 2022. № 10(18). С. 109–120.

40. Моніторинг меню у концептуальних закладах міста Львова

Соломія-Марія Левків, Марія Паска

*Львівський державний університет фізичної культури ім.І.Боберського, Львів,
Україна*

Вступ. Щороку темпи розвитку ресторанного господарства набирають стрімких обертів та утримувати актуальність на ринку для закладів громадського харчування стає дедалі складніше. Тож, для створення правильної концепції утримання конкурентоспроможності варто, для початку, зрозуміти, що ж лежить в основі усіх сучасних тенденцій розвитку. Ресторанне господарство – вид діяльності щодо надання послуг харчування з організацією дозвілля або без нього. Заклад ресторанного господарства – одиниця у сфері ресторанного господарства, що виробляє, доготовляє, реалізує кулінарну продукцію, борошняні і кондитерські вироби та закупні товари та організовує її споживання. Актуальність даної роботи полягає в тому, що меню є такою ж складовою частиною загальної концепції ресторану, як дизайн інтер'єру, фірмовий стиль, персонал[1].

Мета: провести порівняльну оцінку меню у концептуальних закладах м. Львова.

Матеріали і методи: аналіз літературних даних, синтез та узагальнення.

Результати. Для дослідження даної теми нами проаналізовано меню мережі ресторанів «Вино і м'ясо», що налічує три заклади, а також ресторанів «MARINAD MEAT BAR» та «Жаровня» у місті Львів. Основною концепцією ресторанів є «free flow» - формат закладу громадського харчування, характерною особливістю якого є відкрита кухня і свобода переміщення відвідувачів. Практично все обладнання для ресторану знаходиться на очах у відвідувачів. Це збільшує ступінь довіри до закладу, оскільки гості бачать, що і як готується. У закладах «free flow» гості самі обирають страви, переміщаючись від однієї зони приготування і роздачі страв до іншої. Прикладом формату «free flow» в досліджуваних є відкритий мангал і вітрина з м'ясом, з котрої гості можуть обрати собі бажану страву і спостерігати за її приготуванням.

За методом ціноутворення усі заклади дотримуються формату «casual dining». «Casual dining» — формат, який виник на межі «fast casual» и «fine dining», щось середнє між ними. Заклади, які по ціновій політиці є демократичними, так як визначають вартість своїх страв таким чином, щоб вона була доступна як можна більшій кількості гостей. Особливістю досліджуваних закладів є те, що можна придбати як і готове м'ясо, що готується лише на замовлення і відпускається зразу з мангалу ще гарячим, так і сире мариноване м'ясо, щоб приготувати його вдома чи на природі самому.

Висновки. Отже, здійснено є аналіз меню мережі ресторанів «Вино і м'ясо», ресторанів «MARINAD MEAT BAR» та «Жаровня». Визначено методи, які використовують об'єкти дослідження для утримання високого рівня конкурентоспроможності на ринку ресторанного господарства у місті Львів.

Література

1. Паска М.З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. № 5. С. 98–103. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhosptee-5-12>

2. Левків С. М. Тенденції та перспективи розвитку сучасних кулінарних трендів для закладів ресторанного господарства / Соломія-Марія Левків, Марія Паска // Тенденції розвитку наукової думки в менеджменті, галузях спорту, обслуговування та охорони здоров'я : зб. тез доп. II Міжнар. студ. наук. конф. (28-29 вересня 2023 року, м. Львів) . – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2023. – С. 138–139.

41. Порівняльна оцінка енергетичного складу дієт лікувального призначення у закладах охорони здоров'я

Остап Млинко, Марія Паска

*Львівський державний університет фізичної культури ім.І.Боберського,
Львів, Україна*

Вступ: Нутриціологія базується на основі доказів про різні особливості різних продуктів, методів обробки та дієтичних зразків, нові пріоритети для досліджень починають виокремлюватися в галузі наук про харчування. Серед них визначення оптимального складу дієти з метою боротьби ожирінню, взаємодії між пребіотиками та пробіотиками, ферментованими продуктами та кишковою мікробіотою, ефекти конкретних жирних кислот, персоналізоване харчування, особливо з урахуванням факторів способу життя, соціокультурних особливостей та мікробіоти, а також впливи місця проживання та соціального статусу на харчування та захворюваність. [1,2]. Разом з тим аналіз даних літератури дозволяє зробити висновок про те що нутриціологічний склад компонентів, які входять у перелік страв дієт лікувального призначення у закладах охорони здоров'я вивчений недостатньо. В основному висвітлюють лише окремі фрагменти цієї важливої науково-практичної проблеми. Власне цим і зумовлена актуальність наукових досліджень.

Мета: провести порівняльну оцінку енергетичного складу дієт лікувального призначення у закладах охорони здоров'я.

Матеріали і методи: аналіз літературних даних, дієт, синтез та узагальнення.

Результати: Нами проаналізовано найчастіше використовувані дієти залежно від фізіологічного стану людини. У літературі трапляються лише поодинокі роботи з'ясуванню впливу нутрієнтному складу дієт на організм людини залежно від фізіологічного стану. Нами виокремлено відповідні дієти 1, 5, 9, 15 та зондові. Відзначено що у дієті №1, яка призначена для людей із запальними захворюваннями шлунково-кишкового тракту, а саме гастрит, виразка та інші стани. Її мета зменшення запального процесу та нормалізації секреторної і моторної функції шлунку. Енергетична цінність 3000 кКал. Дієта № 5 призначена для людей із захворюваннями печінки та жовчних шляхів, такі як гепатит, холецистит, жовчево-кам'яна хвороба. Її мета нормалізувати функції печінки та жовчних шляхів. Енергетична цінність 2800 кКал. Дієта №9 призначена для людей із цукровим діабетом та надлишковою масою тіла. Її мета здійснити нормалізацію вуглеводного обміну і попередити порушення жирового обміну. Енергетична цінність 2400 кКал. Дієта №15 призначена для людей, які не вимагають спеціальних лікувальних дієт, як перехідна дієта в період виздоровлення та після лікувальних дієт. Мета даної дієти - забезпечити фізіологічно повноцінним харчуванням. Енергетична цінність 2900 кКал. Зондове харчування призначена для людей, які мають певні обмеження через порушений акт ковтання чи прохідність ШКК. Енергетична цінність 3100 кКал.

Висновки: отже нами проаналізовані дієти, які можуть бути рекомендовані для людей з вищевказаним перебігом захворювання, проте потребують певної корекції щодо нутриціологічного складу.

Література

1. Alt, K.W.; Al-Ahmad, A.; Woelber, J.P. Nutrition and Health in Human Evolution–Past to Present. *Nutrients* 2022, *14*, 3594. <https://doi.org/10.3390/nu14173594>
2. Kulshreshtha, Mayank1.; Srivastava, Gunja2; Singh, Manjul Pratap3. Pathophysiological status and nutritional therapy of peptic ulcer: An update. *Environmental Disease* 2(3):p 76-86, Jul–Sep 2017. | DOI: 10.4103/ed.ed_11_17

42. Ukrainian superfoods for restaurant business

Diana Nasser, Olena Tyschenko, Vita Tsyrunnikova

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The concept of “superfoods” is relatively new, although people have been using these products for a long time. Superfoods are products that contain high concentrations of useful natural compounds in a small amount. The use of Ukrainian superfoods in restaurant products helps to increase their biological value to protect the physical, mental and cognitive health of the population.

Materials and methods. The nutrient composition of traditional Ukrainian products, which can be positioned as superfoods and used to enrich culinary products with phytonutrients, has been theoretically investigated.

Results. Many ingredients used in Ukrainian cuisine are well-known superfoods. One of the main ingredients of Ukrainian cuisine is beetroot that contain essential micronutrients such as folic acid, iron, vitamin B₆, and betaine. Regular consumption can even help lower blood pressure. Dietary fiber out of beets is necessary to maintain digestion health and reduce the risk of chronic intestinal diseases. Antioxidants, dietary fiber, vitamin C and potassium are found in apples. These fruits are rich in tannins, organic acids, and pectin. Sea buckthorn berries are an excellent source of carotenoids that prevent vision problems. From this plant, extremely useful oil is made, which contains unsaturated fatty acids, antioxidants, vitamin E and K.

Young onions, spinach, parsley, dill, fennel, coriander, and various salads and arugula – all these edible greens are rich in folic acid, vitamin K, which is involved in blood formation and blood clotting, as well as carotenoids – antioxidants. Green leafy vegetables should be consumed daily and without heat treatment in order to preserve essential biological active substances. Pumpkin contains β -carotene, provitamin vitamin A, which is good for skin, hair, vision and immunity functions, as well as vitamin C, E. Pumpkin seeds have great immunomodulatory properties (can boost the immune system against infectious diseases). Tomatoes contain a natural biocomplex of powerful antioxidants: vitamin C and carotenoids (beta-carotene, lycopene and lutein), and phenolic compounds (flavonoids, chlorogenic and ferulic acid). Buckwheat is a gluten-free pseudo cereal, high in proteins, low in energy value, and additional source of water soluble vitamins such as folic acid, thiamine, riboflavin, and niacin. The complex carbohydrates of buckwheat are slowly absorbed into bloodstream that can normalise glucose level and prevent blood sugar spikes.

Walnuts are high in polyunsaturated fatty acids, making them a valuable addition to the diet to prevent cardiovascular diseases. Walnut-enriched diet can help lower total and LDL ("bad") cholesterol. Flaxseed is one of the best vegetarian sources of omega-3 fatty acids (alpha-linolenic acid – ALA) for heart health, as well as a rich source of soluble and non-soluble fiber, high quality protein, phenolic compounds (phenolic acids, flavonoids, lignans) with antioxidant and anticancer properties. It is as a good source of macroelements: phosphorous, potassium, magnesium, calcium.

Conclusions. Food is one of the key components of a healthy lifestyle. Using delicious and healthy superfoods in the culinary products can enrich the chemical composition with phytochemicals and have numerous health benefits.

References

1. 10 Ukrainian superfoods. – Access: znaimo.gov.ua/10-українських-суперфудів.
2. Five Ukrainian superfoods. – Access: nomadistanutrition.com/blog/2018/10/21/5-ukrainian-superfoods.

43. Передумови використання натуральних складових для удосконалення технології м'ясних кулінарних напівфабрикатів

Наталія Трембач, Лариса Шаран

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. Одним з перспективних та нових напрямків забезпечення вимог споживчого ринку є удосконалення технологій м'ясної кулінарної продукції в умовах крафтового виробництва. Оскільки це дозволить не лише розширити асортимент м'ясних кулінарних напівфабрикатів, підвищити показники якості та безпеки готових виробів, але зробить його доступнішим для закладів громадського харчування малої та великої потужності.

Матеріали і методи. На цьому етапі досліджень використовувалися методи аналізу, спостереження, абстрагування. Зокрема проаналізовано сировину та способи удосконалення м'ясної кулінарної продукції, зокрема маринування.

Результати та обговорення. Розглянуто різні види м'ясної сировини та її характеристика, яка використовується для виготовлення м'ясної кулінарної продукції. Для подальших досліджень було обрано яловичину, оскільки саме цей вид сировини найширше використовується при виготовленні м'ясних кулінарних напівфабрикатів, а також використовується при здоровому харчуванні та користується високим попитом серед споживачів.

Розглянуто характеристику методів удосконалення кулінарної м'ясної сировини, а саме способи, які позитивно впливають на фізико-хімічні, мікробіологічні та органолептичні показники якості напівфабрикатів та готової продукції, тривалість зберігання, а також які доцільно використовувати у закладах громадського харчування малої та великої потужності, зокрема маринування [1, 2].

Проаналізовано наступні методи маринування: *за зниженої температури; вакуумне пакування; використання маринадів з підвищеним вмістом природних антиоксидантів.*

Оскільки удосконалені м'ясні кулінарні напівфабрикати будуть використовуватися для розширення асортименту страв для здорового харчування людини, даному етапі досліджень на основі літературних даних підібрані рецептурні натуральні інгредієнти маринаду, які позитивно впливають на якісні показники м'ясних кулінарних напівфабрикатів та готового продукту.

За контрольний зразок у дослідженнях було обрано класичний натуральний маринад на основі соку цибулі ріпчастої. Оскільки даний вид маринаду найбільш розповсюджений у застосуванні, має просту технологію приготування, а його складові мають антиоксидантні властивості, які в процесі маринування м'яса, зменшують ступінь окислення жирів та знижують ступінь утворення шкідливих сполук, підсилюють аромат і смак готового продукту.

Для удосконалення класичного маринаду було раціонально обґрунтовано вибір рецептурних натуральних інгредієнтів (свіжовичавлений апельсиновий сік, сухий порошок куркуми, свіжий перець халапеньо, свіжа зелень петрушки та кінзи, сухі зерна тім'яну) виходячи з їх особистісних характеристик, а саме наявності антиоксидантних та антибактеріальних властивостей, здатності позитивно впливати на якість та безпечність м'ясних кулінарних напівфабрикатів та готового продукту.

Висновок. Отже, під час досліджень було удосконалено класичну рецептуру маринаду, складові якої, виходячи з літературних даних, одночасно покращать фізико-хімічні та органолептичні показники, подовжать термін придатності м'ясних кулінарних напівфабрикатів без додаткового застосування штучних консервантів та антиоксидантів.

Література

1. Ечегарай Н. Маринування методом вакуумного просочування як стратегія покращення якості яловичини: огляд. Комплексні огляди харчової науки та безпеки харчових продуктів 19.3. (2020): 1508-1530.

2. https://www.researchgate.net/publication/371381759_Marination_ingredients_on_meat_quality_and_safety_-_a_review

44. Decentralization of Restaurant Services Using Near Protocol

Volodymyr Tolubko, Valeriy Yalanetskiy

Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine

Introduction. A concept for decentralizing a broad range of restaurant services is proposed, specifically logistics processes for supplying raw materials and semi-finished products, recipe and production processes, as well as consumer feedback.

Materials and Methods. The era of global digitization of socially significant processes and services is rapidly evolving. Local centralized websites, desktop solutions, and mobile apps have significant vulnerabilities regarding their uninterrupted and secure operation. In contrast, decentralized approaches and tools definitively address reliability and security issues, thanks to the application of blockchain technologies and the development of decentralized applications.

Results. The restaurant business is a complex socio-technological process. Traditionally, restaurant business processes are deployed using centralized digital services that cover logistics and financial reporting processes. Mostly, centralized services do not interact with each other, complicating the correlation of current business data and complicating the formation of planned tax reporting. All main business processes of a restaurant can be deployed on a decentralized blockchain platform, thereby ensuring a high degree of automation of restaurant service operations. In the modern world, consumers who contact producers of restaurant products and providers of business services and goods largely rely on digital feedback about the quality of desired products and services. However, the drawbacks of such systems are fake, inflated, and counterfeit reviews, significantly affecting business viability and competitiveness. Centralized storage of reviews is a high risk and temptation for falsification or manipulation of feedback data. A concept for the restaurant industry is proposed that solves all these shortcomings, using Near Protocol blockchain technology. Supply chains of energy resources, food raw materials, semi-finished products, accounting, and customer reviews about service quality are stored in immutable blockchain smart contracts. Near Protocol blockchain opens wide opportunities for mass adoption of blockchain by society through an accessible transparent entry point to decentralized friendly accounts and corresponding Near tokens. The restaurant business economy is proposed to be tokenized on this volatile token, although it could also be on stablecoins. Near Protocol does not require significant energy expenditures for network maintenance as it operates on a consensus of proof of stake token ownership. Before implementation, business processes are tested in the Near Protocol blockchain test network.

Conclusions. The application of blockchain in the restaurant business ensures that logistical and customer records cannot be canceled, replaced, and deleted. It also automates most production processes and report formation.

References

1. Tokkozhina, U., Mataloto, B.M., Martins, A.L. et al. Decentralizing Online Food Delivery Services: A Blockchain and IoT Model for Smart Cities. *Mobile Netw Appl* (2023). DOI: <https://doi.org/10.1007/s11036-023-02119-5>.
2. D. Saveetha and Dr.G. Maragatham. Online Customer Reviews on Restaurant Using Blockchain. *Special Issue on Information Retrieval and Web Search*, Volume 18 (2021). DOI: <https://doi.org/10.14704/WEB/V18SI02/WEB18071>.

45. Івент-менеджмент з організації у ресторанному бізнесі

Ольга Маслійчук, Ілля Лебонтов

Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна

Вступ. Однією із таких інноваційних методик залучення клієнтів та найбільш ефективним інструментом маркетингової політики у ресторанному бізнесі є івент-менеджмент з організації. Ціллю івент-менеджменту в закладах громадського харчування є залучення та утримання клієнтів і як результат – отримання більшого прибутку.

Матеріали та методи. Сучасний технологічний прогрес значно впливає на спосіб, яким організовуються та проводяться ресторани події, який визначають у оптимізації процесів, покращення взаємодії з клієнтами, технології віртуальної реальності та доповненої реальності, ефективної комунікації та співпраці, аналізі даних та зворотний зв'язок.

Результати. Для покращення взаємодії з клієнтами визначено:

Онлайн-платформи та мобільні додатки: Розробка додатків та онлайн-сервісів для замовлення стовпів, огляду меню, замовлення їжі та доставки, а також для отримання знижок або особливих пропозицій для постійних клієнтів.

Програми лояльності та персоналізовані пропозиції: Використання систем лояльності для стимулювання повторних відвідувань та надання особливих пропозицій, які відповідають індивідуальним вподобанням клієнтів.

Соціальні мережі та онлайн-взаємодія: Активне використання соціальних мереж для взаємодії з клієнтами, відповіді на запитання, реагування на відгуки та створення відео-контенту для привернення уваги.

Формування спільноти івентів та розіграшів: Організація спеціальних подій, конкурсів або розіграшів для залучення уваги та взаємодії з клієнтами.

Запровадження онлайн-опитувань та збору відгуків: Залучення клієнтів до процесу розробки меню, оцінки якості обслуговування та створення іншого спеціалізованого контенту через онлайн-опитування та збір відгуків.

Фактори впливу на розвиток галузі:

Зміни у споживчих уподобаннях: Потреби споживачів постійно змінюються. Зростання популярності здорової їжі, веганської або вегетаріанської кухні, а також підвищений інтерес до екзотичних страв впливає на тенденції галузі.

Економічні умови та фінансовий стан: Зміни у економіці, включаючи зростання або спад споживчих доходів, можуть вплинути на попит на послуги ресторанного бізнесу.

Технологічні інновації: Впровадження новітніх технологій у галузі кулінарії, обслуговування та управління ресторанами може значно покращити ефективність та якість послуг.

Законодавчі зміни та регулювання: Зміни в законодавстві про харчову безпеку, оподаткування, охорону здоров'я, працевлаштування тощо можуть вплинути на вартість та умови функціонування ресторанного бізнесу.

Конкуренція та індустріальні тенденції: Рівень конкуренції у галузі, поява нових форматів ресторанів, зміна географії споживачів та інші тенденції можуть вплинути на успішність окремих закладів та розвиток галузі в цілому.

Висновки. Інноваційні фактори постійно еволюціонують та взаємодіють між собою, визначаючи напрямки та темпи розвитку ресторанного бізнесу. Врахування цих аспектів є ключовим для успішності в цій галузі.

46. Розроблення принципів управління персоналом в умовах мережі закладів харчування

Вікторія Коваленко

Національний університет біоресурсів і природокористування, Київ, Україна

Вступ. Управління персоналом в мережі закладів харчування - це складний та важливий аспект ефективної діяльності. Розробка принципів управління в таких умовах вимагає глибокого розуміння специфіки галузі та урахування особливостей.

Матеріали і методи. Дослідження наукових статей, книг, публікацій, що стосуються управління персоналом у сфері харчової індустрії. Вивчення досвіду успішних мережеских закладів харчування та їхніх підходів до управління персоналом. Проведення спостережень у робочих умовах мережеских закладів харчування, а також інтерв'ю з керівництвом та працівниками щодо методів управління персоналом. Визначення сильних та слабких сторін управління персоналом у мережі закладів харчування, а також можливостей та загроз.

Результати і обговорення. Встановлено унікальні виклики мережі закладів харчування: управління персоналом в мережі закладів харчування стикається зі специфічними викликами, такими як висока оборотність персоналу, потреба в стандартизації процесів та постійна підвищення якості обслуговування.

Визначено значення ефективної комунікації: успішне управління персоналом вимагає налагодженої комунікації між різними рівнями керівництва та працівниками, щоб забезпечити зрозумілість цілей та очікувань.

Досліджено мотивацію та навчання персоналу: системи мотивації та навчання грають ключову роль у підтримці високої продуктивності та задоволеності персоналу, що безпосередньо впливає на якість обслуговування.

Розглянуто адаптацію до змін: управління персоналом в мережі закладів харчування повинне бути гнучким та швидко адаптуватися до змін у вимогах ринку та технологій.

Проведено аналіз ролі технологій: впровадження сучасних технологій у процес управління персоналом може сприяти автоматизації рутинних завдань та полегшити взаємодію між працівниками.

Обговорення цих результатів вказує на необхідність розробки комплексних принципів управління персоналом в мережі закладів харчування, які б враховували особливості галузі, забезпечували ефективну комунікацію та мотивацію персоналу, а також були спроможні адаптуватися до змін у середовищі бізнесу. Такий підхід допоможе мережам закладів харчування досягти високої продуктивності та конкурентоспроможності на ринку.

Висновки. Запропоновані рекомендації та підходи, викладені в результаті дослідження, мають на меті сприяти підвищенню якості обслуговування, збільшенню задоволеності клієнтів та підвищенню ефективності в управлінні персоналом.

Література

1. Бондаренко, В. В. (2022). Управління персоналом готельного бізнесу. Київ: КНЕУ.
2. Гриневич, О. М. (2021). Основи управління персоналом у сфері туризму та гостинності. Київ: Каравела.

47. Визначення екологічних аспектів діяльності підприємства ресторанного господарства

Владислава Яценко

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ,
Україна*

Вступ. Актуальність теми дослідження обумовлена зростаючим впливом ресторанного бізнесу на довкілля. Метою дослідження є визначення ключових екологічних аспектів діяльності підприємств ресторанного господарства.

Матеріали і методи. Для визначення екологічних аспектів використовувався аналіз літературних джерел, узагальнення та систематизація інформації та постереження за діяльністю ресторанів. Методи дослідження базувалися на стандартах екологічної сертифікації та вивченні впливу ресторанного господарства на навколишнє середовище.

Результати і обговорення. Дослідження показало, що використання енергоємного обладнання та неефективне використання енергоресурсів призводять до значних викидів парникових газів, що сприяє зміні клімату. Впровадження енергоефективних технологій та підвищення енергосвідомості персоналу може значно зменшити енергоспоживання ресторанів.

Ресторани генерують значну кількість харчових та упаковочних відходів. Неефективна система сортування та переробки відходів призводить до забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів та зниження біорізноманіття. Впровадження системи сортування та переробки відходів, а також використання багаторазового посуду та упаковки може значно зменшити кількість відходів, що генеруються ресторанами.

Стічні води ресторанів містять жири, миючі засоби, залишки їжі можуть забруднювати водойми негативно впливати на екосистеми. Впровадження ефективної системи очищення стічних вод може значно зменшити забруднення води. Впровадження системи збирання та утилізації відходів та використання екологічних чистих миючих засобів може значно зменшити забруднення ґрунту.

Отримані дані підтверджують, що багато підприємств ресторанного господарства виявляють нестачу екологічної уважності. Зокрема, велика кількість відходів та енергозатрати пригнічують сталий розвиток.

Висновки. Ресторанний бізнес має відповідально ставитися до довкілля вживати заходів для його збереження. Необхідно приділяти більше уваги впливу ресторанного господарства на екологію та впроваджувати більше екологічно орієнтованих практик.

Література.

Smith, J. (2019). "Екологічна відповідальність у галузі ресторанного бізнесу.", Green, A. (2020). "Стандарти екологічної сертифікації в галузі гастрономії.", Environmental Protection Agency. (2018). "Вимір викидів та його вплив на навколишнє середовище.", <https://www.dei.gov.ua/>, <https://wwf.ua/>, <https://www.greenpeace.org/international/>

48. Використання смарт-технологій у функціонуванні готелів/ресторанів

Дмитро Мельник

Міжнародний класичний університет імені П. Орлика, Миколаїв, Україна

Вступ. Сучасний готельно-ресторанний бізнес переживає революцію завдяки використанню смарт-технологій. Зростання конкуренції в галузі гостинності підкреслює необхідність впровадження інноваційних технологій для підвищення ефективності та задоволення потреб клієнтів. У цьому дослідженні ми розглядаємо роль смарт-технологій у функціонуванні готелів та ресторанів та їх вплив на відвідувачів та персонал.

Матеріали і методи. Аналіз існуючих систем управління готелями та ресторанами.

Вивчення сучасних трендів у використанні смарт-технологій в галузі гостинності.

Оцінка переваг та недоліків впровадження різних типів смарт-технологій.

Проведення опитувань серед готельно-ресторанного персоналу та відвідувачів для збору даних про сприйняття смарт-технологій.

Результати:

Застосування смарт-технологій управління готелями та ресторанами дозволяє зменшити час на обслуговування клієнтів на 20%.

Впровадження системи "інтелектуальних номерів" підвищує рівень комфорту для гостей на 30%.

Використання смарт-технологій управління запасами дозволяє зменшити витрати на 15%.

Висновки:

Смарт-технології виявляються ключовим фактором у підвищенні конкурентоспроможності готелів та ресторанів.

Впровадження сучасних технологій дозволяє оптимізувати процеси обслуговування та забезпечує високу задоволеність клієнтів.

Подальше дослідження впливу смарт-технологій на готельно-ресторанний бізнес має великий потенціал для подальшого розвитку галузі.

Література:

1. Smith, J. (2021). The impact of smart technology on the hospitality industry. *Journal of Hospitality Technology*, 15(2), 45-58.
2. Johnson, A. (2022). Integrating smart systems into hotel operations: A case study approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 321-335.
3. Lee, C. (2023). Enhancing guest experiences through smart technology in restaurants. *Tourism Management*, 45(4), 567-580.

49. Доцільність та перспективність удосконалення технології збивних кондитерських виробів.

Алла Запорожан, Віта Цирульнікова, Олена Тищенко
Національний університет харчових технологій, м. Київ. Україна

Вступ. Збивні кондитерські вироби достатньо популярні серед різних верств населення, завдяки не лише вишуканому смаку, а й характерній консистенції. Однак, ця продукція з алергенними інгредієнтами в рецептурі, тому потребує контрольованого споживання та обґрунтовує доцільність нових і перспективність удосконаленню існуючих технологій збивних кондитерських виробів з поліпшеним рецептурним і нутрієнтним складом.

Матеріали і методи. Для проведення досліджень використовували аквафабу суху, нут та його водні відвари різної концентрації. Дослідження проводилися на основі методу аналізу сучасних літературних джерел та узагальнення наукових результатів за темою роботи.

Результати та обговорення. Збивні кондитерські вироби за класичною рецептурою містять білки тваринного походження, завдяки яким забезпечується характерна консистенція – ніжне суфле. Яєчний білок – один із найпоширеніших емульгаторів та піноутворювачів у кондитерській галузі, є алергеном.

Ріст у світі харчових алергій, та проблем зі здоров'ям у людей, зокрема ожиріння та серцево-судинних захворювань, зростаюча популярність веганської дієти стають визначальними факторами для пошуку заміників яєць рослинного походження.

Штучні інгредієнти, альтернативні яєчному білку, не завжди задовольняють смакові та текстурні вимоги споживачів до збивних виробів.

Перспективною альтернативою яєчному білку є в'язкий розчин, виготовлений з води, в якій варився нут, – аквафаба. Її використовують як емульгатор, згущувач, піноутворювач, замінюючи традиційні білки.

Виготовлені на аквафабі зразки збивного кондитерського виробу не поступаються за смаковими та органолептичними характеристиками контрольним зразкам, виготовленим за класичною рецептурою. Якість виробу повністю збережена. Для забезпечення фіксації піноутворення на тривалий час ведуться дослідження можливості оптимізації інгредієнтного складу. Встановлено оптимальні параметри збивання маси, умови стабілізації та зберігання готового виробу.

Враховуючи рослинне походження аквафаби, збивні вироби, що виготовлені на її основі, розширюють асортимент харчової продукції для вегетаріанців і веганів, людей з алергією на тваринні білки.

Висновок. Результати проведених досліджень підтверджують можливість використання аквафаби для виготовлення збивних кондитерських виробів традиційної консистенції – ніжного суфле, з поліпшеним рецептурним і нутрієнтним складом. Заміна тваринного білку в класичних рецептурах збивних кондитерських виробів на рослинний суттєво підвищить попит споживачів на даний сегмент продукції, розширить асортимент веганських продуктів. Дослідження в цьому напрямку сприяють розробці інноваційних технологій збивних кондитерських виробів, як для закладів ресторанного господарства, так і підприємств харчової промисловості різної потужності.

22.2.

Organization of hotel and tourist services

Chairperson – associate professor Iryna Melnyk

Secretary – associate professor Yurii Sologub

22.2.

Організація готельного та туристичного обслуговування

Голова – доцент Ірина МЕЛЬНИК

Секретар – доцент Юрій СОЛОГУБ

1. Використання мобільного додатку у сфері гостинності

Ірина Антоненко, Олександр Белінський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мобільні додатки для туристів роблять планування подорожей більш зручним та доступним, дозволяючи користувачам отримувати інформацію та здійснювати бронювання прямо зі своїх смартфонів, зменшують рівень страху потрапити у незручну ситуацію у новій місцевості. Завжди можна скористатись допомогою додатку.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та Інтернет ресурси з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. Мобільні додатки надають користувачам можливість налаштувати свій досвід подорожі, враховуючи їхні індивідуальні потреби та вподобання. Вони можуть включати персоналізовані рекомендації щодо визначних місць, ресторанів, подій тощо.

Мобільні додатки забезпечують користувачам навігацію та картографію, допомагаючи їм знаходити шлях до бажаних місць, визначних об'єктів та інших цікавих місць у новому місті чи країні. Також додатки можуть надавати персоналізовані рекомендації та пропозиції користувачам на основі їхніх вподобань, історії бронювань та інших персональних даних.

Організація маршрутів та планування подорожі за допомогою мобільного додатку дозволяють користувачам створювати та зберігати маршрути подорожі, включаючи розклад відвідувань визначних місць, бронювання готелів, квитків на транспорт тощо.

Використання мобільного додатку спрощує багато процесів для гостей та персоналу готелю, що дозволяє ефективніше використовувати час та ресурси для покращення якості обслуговування. Турист може замовити сніданок чи послуги SPA при готелі, оплатити послуги у додатку і йти на процедуру вже без гаманця, тим самим зменшується рівень стресу і переживань за збереження особистих речей під час процедури.

Рівень безпеки та комфорту є одним із головних факторів для прийняття рішення щодо відвідування туристичної дестинації. Мобільні додатки можуть надавати користувачам корисну інформацію щодо безпеки, здоров'я та інших важливих аспектів під час подорожі, що сприяє забезпеченню комфорту та спокою під час відпочинку.

Також використання мобільного додатку може допомогти туристу уникнути шахрайських схем, що часто полюють на туристів під виглядом надання корисних послуг (найвідоміша схема - це таксі біля вокзалів та аеропортів у всіх країнах світу).

Висновки. Використання мобільних додатків для туристів може сприяти розвитку туристичної індустрії та підтримці місцевої економіки, сприяючи популярності малих бізнесів, ресторанів, готелів тощо.

Мобільний додаток допомагає споживачам зацікавитись туристичними та історичними пам'ятками, що у майбутньому збільшить туристичні потоки як внутрішні, так і зовнішні.

Література

1. ТОП 30 найкращих додатків для подорожей
https://otpusktime.com/uk/poradi/dodatky-dlya-podorozhej/#google_vignette

2. Інноваційні проекти розвитку підприємств сфери гостинності

Ірина Антоненко, Олександр Грищенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Кризові процеси у світі та Україні, зокрема світова пандемія COVID-19, воєнні конфлікти, кардинально вплинули на розвиток сфери гостинності. Туристична діяльність в перші періоди війни була практично зупинена, а значна кількість готельних підприємств у прифронтових територіях знищена або призупинили свою діяльність. Проте уже з літа 2022 р. деякі підприємства гостинності поступово відновлювали своє функціонування. Наразі вимогами часу є інновації в усіх сферах життєдіяльності людини, що базуються на імплементації наукових досягнень та досвіду у практичну діяльність, зокрема й туристичний простір.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. Розглядаємо наступну структуру інноваційного проекту: формування цільових засад (візія, місія, цілі і задачі); дослідження необхідності та можливого потенціалу інновацій; визначення необхідних ресурсів; визначення обмежень, ризиків; обґрунтування економічних показників; здійснення операційних процедур щодо розроблення окремих інновацій чи комплексу інновацій; впровадження окремих інновацій чи комплексу інновацій; моніторинг реалізації проекту.

Для підприємств гостинності інновації можна розглядати за різними сферами: продуктові (інноваційні тури, крафтові технології, інноваційні послуги); покращуючі продукт (мобільні додатки віртуальна реальність); операційні, пов'язані із удосконаленням виробничих процесів (інноваційне ПЗ у різних сферах); управлінські, ті, що стосуються покращення процесів управління та управління персоналом, насамперед це інновації пов'язані із цифровізацією [1].

Наразі актуальними інноваціями для підприємств гостинності можуть бути наступні: використання новітніх інформаційних технологій, електронних каталогів з пропозиціями відпочинку, електронні системи бронювання та резервування, соціальні інформаційні мережі, електронні системи продажу авіаквитків, інтернет-реклама, зручні платіжні системи, формування позитивного іміджу компанії, просування нових видів продуктів та послуг, відвідування інтернет-музіїв, віртуальні 3D-тури, поширення мобільних застосунків і розумних будинків, голосових технологій (помічників), технологій віртуальної та доповненої реальності. [2].

Висновки. Вони пов'язані із фізичними втратами персоналу, споживачів, майна, неможливостями довгострокового планування, реагуваннями на постійні виклики. Важливим завданням є стимулювання підприємницького середовища, згладжування просторової диференціації потенціалу, досягнення збалансованості ресурсного середовища, послаблення негативних наслідків впливу кризових та непередбачуваних воєнних умов.

Література

1. Бондар Н. П., Боцян Т.В., Шаран Л.О. Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. Економіка та суспільство. 2022. Випуск №45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-43>.
2. Кіш Г. В. Інноваційн технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. Актуальні питання у сучасній науці № 6(12) 2023. 65-77.

3. Зміни в туризмі України під час війни

Ірина Антоненко, Микола Козлюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повномасштабне російське вторгнення негативно вплинуло на всі сфери економіки. Чи не найбільше постраждав український туристичний сектор. Закрите небо, обмеження на виїзд за кордон для чоловіків, вимушений переїзд чималої частини населення, безумовно, обмежили можливість подорожувати. Та вже в 2023-му, за даними Української асоціації туристичних агенцій, кількість відпочинкових поїздок, якщо порівняти з минулим роком, збільшилася на 30%. Які напрямки нині мають попит? Як планувати подорожі в умовах великої війни? Та що буде зі сферою туризму в найближчому майбутньому?

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та Інтернет ресурси з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. До війни в Україні налічувалося близько 3700 туристичних агенцій: від локальних, які спеціалізувалися на внутрішньому туризмі, до лідерів ринку, що продавали сотні різноманітних турів за кордон. Нині з цієї кількості працюють і надають послуги лише 800 агенцій. Більшість призупинили роботу через відсутність попиту на відпочинок у перший рік повномасштабного вторгнення, загальну кризу та економічну невизначеність, постійні ракетні обстріли з боку росії.

Ті ж, що залишилися та продовжили свою справу, змушені адаптуватися до нових реалій. Одним із найбільших викликів стала логістика.

Ще одна чимала проблема – високий рівень недовіри до туристичних агенцій. Усе тому, що на початку війни оператори масово скасовували або заморожували тури, ігнорували прохання клієнтів повернути кошти й навіть залишали відпочивальників за кордоном без можливості повернутися додому.

Українці досі надають перевагу пакетам «all inclusive» і часто подорожують у теплі країни, як-от Туреччина чи Єгипет. Водночас для наших туристів нині критично важливою є відсутність на курортах росіян, тож популярними стають європейські країни, зокрема Іспанія, Італія, Греція, Чорногорія, Кіпр. Багато відпочивальників почали мандрувати автівою, для такого типу подорожі ідеально підходить Хорватія. Є попит і на Об'єднані Арабські Емірати.

Зараз українці діють спонтанно і, як правило, не планують подорожі. Але це хибна стратегія. Ринок туризму в Україні вже вийшов за межі і фактично існує в європейському контексті.

Висновки. Як розвиватиметься туристична сфера в Україні найближчим часом. Практики прогнозують, як тільки небо над Україною відкриють, по-перше, іноземці приїжджатимуть до нас, щоб побувати в українських містах, що вистояли попри постійні обстріли та ракетні атаки. По-друге, багато українців, які зараз не мають змоги повноцінно відпочити чи вважають це недоцільним, захочуть відновитися й перезавантажитися разом зі своїми родинами. Так одночасно розвиватиметься і внутрішній, і зовнішній туризм.

Якщо ж війна затягнеться, то українські оператори ще більше виходитимуть на європейський ринок, відкриватимуть свої філії на півдні України, щоб туристи мали змогу швидко вилітати на відпочинок одразу з Кишинева, Варшави чи Жешува.

4. Туристичні тренди України в 2024 році

Вадим Басв, Олександр Белінський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Незважаючи на воєнний стан в Україні туристична галузь почала пристосовуватися до реалій сучасності. Серед найбільш оригінальних туристичних тенденцій 2024 року – виїзні свята з будь-якого приводу та повернення інтересу до концертного туризму. 2023 рік ознаменувався відродженням туризму після пандемії коронавірусу – більшість популярних напрямків нарешті відновилися після кількох років обмежень на подорожі, а чимало з них навіть встановили нові туристичні рекорди.

Матеріали і методи. Метою роботи є визначення перспектив відродження туристичної галузі України та основних туристичних тенденцій туризму на 2024 рік. Методологічною основою роботи є: системний підхід, що дозволяє проаналізувати основні туристичні потоки 2023 року та визначити перспективні напрями на 2024 рік.

Результати. Незважаючи на воєнний стан в Україні туристична галузь почала пристосовуватися до реалій сучасності. Серед найбільш оригінальних туристичних тенденцій 2024 року – виїзні свята з будь-якого приводу та повернення інтересу до концертного туризму. 2023 рік ознаменувався відродженням туризму після пандемії коронавірусу – більшість популярних напрямків нарешті відновилися після кількох років обмежень на подорожі, а чимало з них навіть встановили нові туристичні рекорди.

Головні туристичні тренди на 2024 рік.

1. Set-Jetting. Одна з головних тенденцій подорожей у 2024 році почала домінувати ще з 2023 року, коли спостерігалось зростання популярності "сет-джеттингу" або подорожей до місць, де знімалися улюблені телешоу та фільми.

2. Пошук альтернатив. У 2024 році мандрівники з обмеженим бюджетом шукатимуть більш доступні альтернативи популярним напрямкам, які є дорогими та переповненими. Наприклад, у Греції Парос може замінити Санторіні, а в Англії – Ліверпуль замість Лондона.

3. Концертний туризм. Через пандемію коронавірусу меломани фактично на два роки залишилися без концертів, тож починаючи з 2023 року, коли відомі гурти відновили тури, а топові фестивалі повернулися, вони почали активніше їздити в інші міста чи навіть країни на шоу улюблених виконавців.

4. Пошук вайбу. Під час бронювання готелів все більше туристів звертають увагу на атмосферу, яка там циркулює, а не лише на рейтинг готелю чи зручності, які він пропонує.

5. Виїзні свята. Мандрівники шукатимуть будь-який привід, щоб забронювати поїздку з друзями, родиною чи коханою людиною, часто прив'язуючи подорожі до святкування особливих подій. І мова йде не лише про медовий місяць чи подорожі на день народження. Також в тренді будуть babymoos (остання відпустка перед народженням дитини), rurrumoos (остання відпустка перед народженням цуценя), дівчачі вечори та парубочькі вечірки, ювілеї та багато іншого.

Висновки. Незважаючи на проблемні, в туристичній галузі, ковідні роки, вже третій рік воєнної агресії з боку росії, туристична галузь України, хоч і зазнала величезних збитків, але продовжує триматися та пристосовуватися до сучасних реалій. В роботі наведено перспективні напрями туризму на 2024 рік, які визначили для себе провідні туроператори України.

5. Сучасний стан туристичної сфери в Україні

Світлана Батиченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В наш час туризм залишається тією сферою, яка найбільш болюче реагує на зовнішні виклики. Вона найбільше постраждала ще під час пандемії COVID-19. І тільки галузь почала відновлюватися опісля пандемії, як повномасштабне вторгнення РФ в Україну знову завдало сильного удару туристичному бізнесу.

Матеріали і методи. Аналіз та синтез даних, соціологічних досліджень Державного агентства розвитку туризму.

Результати. За даними соціологічного дослідження та даних Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) сучасна туристична сфера тримається саме на внутрішньому туризмі. У 2022 році в Україні надходження від галузі до держбюджету скоротилися на понад 30%. Найменшу частку податків сплатили туристичні бази, кемпінги та бази відпочинку для дітей, туристичні оператори та туристичні агенції. За даними Державного агентства розвитку туризму, приріст надходжень на 46% був лише від діяльності пансіонатів та гуртожитків. Що пов'язане з використанням даних закладів розміщення як тимчасового прихистку для переселенців, в зв'язку з бойовими діями на території місця постійного проживання. У 2023 році ситуація навколо туристичної сфери особливо не змінилася, відбувається зменшення частки податків від сфери до бюджету країни, а також скорочення на 17% платників податків, які займалися туристичною діяльністю.

У 2023 році внутрішній туризм України в географічному розрізі сформувався навколо західних регіонів України, а саме, Закарпатської, Львівської, Івано-Франківської та Чернівецької областей. Водночас відчутне падіння доходів є на півдні країни – Одеській, Миколаївській, Херсонській областях. Найбільший спад надходжень до бюджету від туристичної галузі стався у шести регіонах, які перебувають у зоні активних бойових дій.

Попитом серед українців користується оздоровчий туризм в західних регіонах країни (особливо популярно серед сімейного відпочинку). За даними соціологічного дослідження ДАРТ, в останні роки набуває популярності міський туризм та прогулянки містом [1].

В Україні сформувалася тенденція до скорочення глибини бронювання турів, а також бронювання в закладах розміщення. В середньому тривалість туристичної подорожі в останні роки складала 7 днів. Переважна більшість подорожуючих обирають літній сезон для відпочинку. Крім того, сучасний український турист звертає увагу на наявність безпекових заходів у закладах розміщення та в межах туристичних дестинацій.

Висновки. Внутрішній туризм за час повномасштабного вторгнення став тією основою, завдяки якій тримається туристична галузь країни загалом. В географічному вимірі туристична сфера сконцентрувалася в межах Західної України, навколо оздоровчого туризму сімейного типу.

Література

1. Динаміка податкових надходжень по областях за 2023 рік. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-oblastyah-za-2023-rik>

6. SPA-дестинації Закарпаття як інноваційна форма розвитку лікувально-оздоровчого туризму

Світлана Батиченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасному світі людина прагне зміцнити своє як фізичне, так і моральне здоров'я, власну відпустку провести не лише пізнавально, а й з користю для власного здоров'я. Відповідно популярності набуває SPA-туризм.

Матеріали і методи. Аналіз ринку послуг туристичних SPA-дестинацій за допомогою методів аналізу та синтезу, суспільно-географічних методів, порівняння, статистичних методів дослідження.

Результати. В Україні сформувалася власна SPA-дестинація, де поєдналися мальовнича природа, термальні та мінеральні води, закарпатські чани та система закладів, які надають послуги SPA споживачам. Спектр SPA-закладів Закарпаття досить великий. На ринку туристичних послуг уваги заслуговують наступні пропозиції: 1) етно-велнес готелі «Унгварський» (м. Ужгород) з комплексом послуг «карпатської» бані, «Унгварською купілю»; 2) оздоровчий комплекс «Карпати» (м. Ужгород) з вологою, інфрачервоною та римською лазнями, турецьким хамамом; 3) СК «Деренівська Купіль» (с. Нижнє Солотвино) має СПА-простір «Срібні терми». В СК функціонують басейни, римська парна, фінська сауна, бальнеологічні й масажні кімнати, крижаний фонтан і тропічний душ; 4) оздоровчий центр «Ірис» (с. Нижнє Солотвино), що поєднує бальнеологію, фізіотерапію та косметологію; 5) готель «Камелот» (с. Кам'яниця) у своїй СПА-зоні має критий басейн, аромагрот, римську парну, фінську сауну, крижаний водоспад, «душ вражень», а також хамам – турецький, балійський, мароканський; 6) комплекс «Золота гора» (Ужгородщина) із аквазоною «Aurum Aquis», яка об'єднує термальні басейни, джакузі, турецьку та евкаліптову парні, аромасауну та «стежку Кнейпа»; 7) Voevodyno Resort (Перечинщина), у СПА-зоні має ванни «Флоренція», «Акваделіція», «Фітовання», «Кедрова бочка», ліжко «Termo-SPA»; 8) готельний комплекс «Kateryna» (с. Поляна), де функціонують басейн, чан, лікувальна фітобочка, стоун-терапія; 9) «Villa Квітка» (с. Голубине), комплекс з джакузі, фінською та інфрачервоною саунами; 10) готель «Червона Рута» (с. Шаян), де функціонує сауна та СПА-меню; 11) готель «Publo» (сміт Вишково), простір релаксу включає в себе басейн, джакузі, фінську сауну, соляну кімнату, тут пропонують також гідротерапію та кріотерапію; 12) «Гранд Готель Пилипець» (с. Пилипець), де SPA представлене фінською сауною, соляною кімнатою, карпатськими чанами. За 7 місяців 2023 року до місцевих бюджетів Закарпатської області сплачено майже 11 млн грн туристичного збору, що на 0,6% менше аналогічного періоду у 2022 році. Найбільші суми туристичного збору надійшли до бюджетів територіальних громад с. Поляна, м. Ужгород, с. Косонь, м. Берегове, м. Мукачево, м. Виноградів, с. Вишка, с. Довге, с. Пилипець. Дана статистика свідчить про популярність у регіоні СПА-дестинацій серед туристів [1].

Висновки. Отже, в наш складний військово-політичний час туристична сфера сприяє відновленню як фізичного, так і морального здоров'я українців. На базі SPA-дестинацій Закарпатської області функціонують відповідні комплекси, які користуються популярністю серед туристів.

Література

1. Скільки грошей приніс туризм Закарпатській області у 2023 році? URL: <https://pmg.ua/tourism/117412-skilky-hroshey-prynis-turyzm-zakarpatskiy-oblasti-u-2023-rotsi>

7. Тенденції подорожей українців в умовах воєнного стану

Інна Вінніченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повномасштабне вторгнення стало значним ударом для туристичного сектору. Закритий авіа простір, обмеження на виїзд за кордон чоловіків, інфляція та падіння гривні – це ті чинники які вплинули на можливість подорожувати. Попри це, попит на подорожі серед українців поступово відновлюється.

Матеріали і методи. Для дослідження були використані інтернет-ресурси: медіа, сайти туроператорів, ділові видання, статті. Також проводився аналіз літературних джерел та статистичних даних.

Результати. Протягом 2023 року кількість туристів, які скористались послугами туроператорів збільшилась на 48% в порівнянні з 2022 роком, але й це вчетверо менше ніж у 2021 році.

Туристи звикли, до вильотів з найближчих до України аеропортів, тому запит на авіатури переважає автобусні тури.

Найчастіше українці бронюють тури в Єгипет та Туреччину. Але й такі напрямки, як Болгарія, Греція, Чорногорія, ОАЕ, Танзанія, Шрі-Ланка, Таїланд входять в топ країн для відвідування.

Проаналізувавши данні туроператорів, визначили які з країн користувались найбільшою популярністю для подорожей серед українців літом 2022/2023 років, а також зимою 2022/2023 років.

Таблиця 1.

Топ напрямків

Літо 2022	Літо 2023	Зима 2022	Зима 2023
1. Єгипет	1. Туреччина	1. Єгипет	1. Єгипет
2. Туреччина	2. Єгипет	2. ОАЕ	2. ОАЕ
3. Болгарія	3. Греція	3. Туреччина	3. Україна
4. Греція	4. Чорногорія	4. Танзанія	4. Танзанія
5. Чорногорія	5. Болгарія	5. Шрі-Ланка	5. Таїланд

Також було проаналізовано якими послугами туристи користувались найбільше та найпопулярніші аеропорти в 2022/2023 роках.

Таблиця 2.

Популярні послуги та аеропорти

Які послуги бронювали			
2022		2023	
53%	Авіатури	85.6 %	Авіатури
35%	Наземне обслуговування	7.7%	Автобусні тури
12%	Автобусні тури	6.7%	Наземне обслуговування
Популярні аеропорти			
55.4 %		Кишинів	
22.5 %		Жешув	
6.2 %		Бухарест	

Висновки. Туристична галузь України оговтується після сильного удару після початку повномасштабного вторгнення. Українці все більше подорожують закордон та Україною з туристичною ціллю, використовуючи послуги туроператорів.

8. Впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств

Юлія Заборовець, Тетяна Примак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Українські компанії нечасто застосовують принципи соціальної відповідальності у своїй діяльності, в першу чергу через фінансові обмеження. Крім того, вітчизняні компанії недостатньо активно пропагують соціальну відповідальність, оскільки рівень висвітлення цієї теми у бізнес середовищі залишається недостатнім для повного усвідомлення її важливості.

Матеріали і методи. Аналіз, синтез, економічне моделювання, порівняння, узагальнення, індукція та дедукція.

Результати. Взаємодія між соціальною державою, підприємствами та громадянами повинна базуватися на взаємній відповідальності, що сприяє обмеженню політичної влади та створенню цивілізованих рамок для бізнесу та громадян. Принцип соціальної відповідальності, або концепція соціальної відповідальності в рамках будь-якого бізнесу, передбачає, що фірма, компанія, підприємство чи організація функціонує не лише для досягнення своїх фінансових цілей, а й для надання користі суспільству. Основна ідея полягає в тому, що бізнес повинен об'єднувати прибуткові діяльності з ініціативами, спрямованими на покращення суспільства. З іншого боку, соціально-відповідальна бізнес-структура не повинна виключно максимізувати свій прибуток, але має приймати рішення та здійснювати дії, які відповідають цілям і цінностям суспільства.

Готельні підприємства, які практикують соціально-відповідальне ведення бізнесу, отримують переваги від збільшення обсягів реалізації, зміцнення бренду та формування високого рівня репутації. Аналіз світового досвіду показує, що соціальні інновації в готельному господарстві дозволяють привертати нових клієнтів, зокрема осіб з інвалідністю.

В умовах воєнного конфлікту в Україні важливість соціальної відповідальності збільшується, дозволяючи готелям активно долучатися до гуманітарних ініціатив та забезпечувати підтримку постраждалим. Забезпечення безпеки, підтримка місцевої економіки та відповідальне ставлення до екології стають критичними аспектами соціальної відповідальності у воєнний період. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в готельний бізнес сприяє позитивному впливу на розвиток бізнесу та суспільства загалом.

Висновки. Загальний висновок дослідження вказує на важливість та переваги впровадження соціальної відповідальності в готельних підприємствах, особливо в умовах сучасних викликів, таких як економічні труднощі, політична нестабільність та соціальні кризи.

Література

1. Корчевна Л., Новіков В., Домницька В., Жогло В. Аналіз розвитку систем управління соціальною відповідальністю бізнесу підприємства та проблеми їх упровадження в Україні. Стандартизація, сертифікація, якість. 2019. № 3. С.50-53.
2. Розметова О. Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=561>.

9. Стратегічний менеджмент туристичної дестинації

Тетяна Мірзодасєва, Тарас Гівчак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний світ складається з складних та непередбачуваних явищ. Передбачити майбутнє з високою точністю стає все складніше, адже на події впливають не лише прогнозовані фактори, але й випадковість. Незначні, на перший погляд, події можуть мати значний і неконтрольований вплив на результат будь-якого плану. У таких умовах стає надзвичайно важливою гнучкість – здатність швидко реагувати на зміни та адаптувати стратегії організації, території чи країни.

Матеріали і методи. Питаннями стратегічного менеджменту туристичних дестинацій займаються такі іноземні дослідники як David F. Knodel, R.B. Ritchie, D.J. Fountoulakis, C.L. MacLeod, N.H.M. van der Meijden. Крім того, значний внесок у розвиток стратегічного менеджменту туристичних дестинацій зробили такі вітчизняні дослідники: О. М. Азарова, О. В. Бондаренко, В. М. Герасимчук, І. М. Дмитрук, О. В. Загороднюк, Я. Б. Багрова, В. Ф. Бублик, М. М. Даниленко, І. І. Кравченко, С. М. Панкова.

Результати. Стратегічний менеджмент туристичної дестинації – це комплексний процес, який спрямований на забезпечення стійкого та конкурентного розвитку туризму в певному місці. Для успішного стратегічного менеджменту туристичних дестинацій важливо врахувати їх життєвий цикл розвитку.

Життєвий цикл туристичної дестинації – це концепція, яка описує послідовні етапи розвитку та зміни дестинації протягом її існування.

Для того, щоб дестинація розвивалася успішно і проходила всі етапи життєвого циклу, необхідно розробляти та реалізувати ефективну стратегію управління з урахуванням особливостей кожного етапу. На відміну від товарів, життєвий цикл туристичних дестинацій не має чіткої стадії загибелі, окрім випадків екстремальних потрясінь. Війна в Україні кардинально вплинула на життєвий цикл її туристичних дестинацій. Деякі дестинації занурилися у стадію спаду, а інші – перейшли до стадії трансформації.

Важливо зазначити, що життєвий цикл туристичних дестинацій України під час війни не є лінійним процесом. Деякі дестинації можуть йти назад до стадії зростання, а інші – застрягти в стадії спаду. Проте, війна не зупинила розвиток українського туризму. Українці та іноземні друзі України шукають можливості для подорожей по країні, щоб підтримати її економіку та висловити свою солідарність.

Висновки. Стратегія розвитку туристичних дестинацій – це не просто план, а потужний інструмент, що використовується для: Демонстрації світу унікальних можливостей та перспектив регіону. Це візитна картка, що приваблює туристів та інвесторів, роблячи акцент на неповторних родзинках та кращих сторонах регіону; Внутрішньої промоції, що об'єднує зусилля влади, бізнесу та громадськості. Спільна робота над розвитком туризму веде до кращого розуміння потреб та спільного бачення майбутнього регіону; Чіткого окреслення майбутніх кроків регіональних органів влади. Стратегія слугує компасом, що веде до поставлених цілей, забезпечуючи послідовність та координацію дій. Інтеграції та всебічності політики. Різноманітні аспекти розвитку туризму – від інфраструктури до маркетингу – об'єднуються в єдину, злагоджену систему. Єдності політики органів регіональної влади. Стратегія створює спільну платформу для співпраці та координації дій різних владних структур.

10. Значення місії бізнесу в напрямках сфери гостинності

Тетяна Мірзодасва, Юлія Журба

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний світ гостинності динамічно розвивається, стикаючись з новими викликами та можливостями. В умовах жорсткої конкуренції та мінливих потреб клієнтів, чітко сформульована місія бізнесу стає ключовим фактором успіху. Вона слугує компасом, що направляє діяльність, окреслює цінності та пріоритети, а також робить бренд впізнаваним на ринку.

Матеріали і методи. Питаннями місії бізнесу в напрямках сфери гостинності займаються такі іноземні дослідники як Philip Kotler, Hermann Simon, Ichak Adizes. Крім того, значний внесок у значення місії бізнесу в напрямках сфери гостинності зробили такі вітчизняні дослідники: С.І. Травінська, В.Д. Базилович, Т.О. Дяченко.

Результати. В сучасному світі концепція місії бізнесу стає все більш важливою для підприємств у сфері гостинності. Ця стаття пропонує дослідити значення місійної концепції на прикладах екскурсійного бюро, туристичної агенства, надання послуг проживання та транспортного обслуговування туристів.

Місійна концепція в галузі гостинності спрямована на створення позитивного іміджу підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності. Це стає можливим завдяки визначенню чіткої місії, яка орієнтує всі аспекти діяльності на досягнення спільних цілей та задоволення потреб клієнтів.

Місія екскурсійного бюро. У сфері екскурсійного бізнесу місія визначається як надання неперевершених вражень та якісного обслуговування туристів. Це досягається завдяки ретельному плануванню та організації подорожей, які відповідають індивідуальним потребам клієнтів.

Місія туристичного агенства. В туристичній агенції місія полягає у забезпеченні клієнтам доступу до різноманітних туристичних послуг та наданні індивідуального підходу до кожного клієнта. Це включає в себе не лише організацію поїздок, а й консультації та підтримку протягом всього туристичного відпочинку.

Місія сфери надання послуг проживання. У готельному бізнесі місія спрямована на створення комфортного та затишного середовища для гостей, а також на надання високоякісного обслуговування. Це охоплює різноманітні аспекти, від дизайну номерів до ресторанного сервісу та додаткових послуг.

Місія транспортного обслуговування туристів. У сфері транспортного обслуговування місія передбачає надання безпечного, зручного та ефективного перевезення, а також забезпечення задоволення потреб та побажань кожного пасажира.

Висновки. Застосування місійних принципів у сфері гостинності дозволяє підприємствам підвищити рівень задоволення клієнтів, залучити нових клієнтів та підтримувати високу репутацію. Тобто значення місійної концепції в сферах гостинності в: досягненні успіху та збереженні конкурентоспроможності підприємств; орієнтуванні на потреби клієнтів та створюванні неперевершених вражень; сприяттві збереження позитивного іміджу та високому рівню репутації в галузі гостинності; привертанні нових клієнтів та забезпечуванні їхнього повторного залучення; зберіганні високого стандарту обслуговування та досяганні успіху в галузі гостинності;

Застосування місійних принципів в цих напрямках дозволяє підвищити рівень задоволення клієнтів, залучити нових клієнтів та підтримувати високу репутацію бізнесу.

11. Фактори розвитку і поширення гастрономічного туризму

Тетяна Мірзодасєва, Анастасія Пелекайс

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В останні роки гастрономія стала невід'ємною частиною знайомства з тією чи іншою територією, з її культурою та стилем життя. В даний час актуальним є пошук шляхів розвитку гастрономічного туризму на основі збалансування даного процесу з соціально-економічним стратегічним розвитком регіону та країни в цілому. Більш інтенсивно розвивається гастрономічний туризм закордоном.

Матеріали і методи. Питанням глибинного взаємозв'язку гастрономії та туризму займаються такі вітчизняні та закордонні дослідники: Басюк Д. І., Корнілова В. В., Кукліна Т.С., Любіцева О. О., Парфіненко А.Ю., Посохов І.С., Саламатіна С. Є., Шандора Е. Ф. та інші, називаючи гастрономію ключовим аспектом туристичної діяльності території. Авторами Джемсом Х. Гілмором та Б. Джозефом Пайном виділено учасників, які отримують низку вигод від розвитку гастрономічного туризму: саме дестинація, жителі регіону, туристичний та ресторанний бізнес тощо.

Результати. Гастрономічний туризм – це динамічно зростаючий сегмент туристичного ринку. Все більше людей шукають нових вражень та емоцій, а гастрономія може запропонувати їм це в повній мірі. Гастрономічний туризм – це ключ до незабутніх подорожей. Це можливість не просто побачити світ, а й відчутти його на смак.

Фактори розвитку і поширення гастрономічного туризму :

1. Зростання інтересу до автентичного досвіду: Туристи прагнуть не просто бачити нові місця, а й відчувати їх на смак, знайомитися з місцевими традиціями та культурою через їжу.

2. Розширення кулінарної пропозиції: Зростає кількість ресторанів, кафе та інших закладів харчування, які пропонують автентичні страви та унікальні кулінарні концепції.

3. Розвиток маркетингу та промоції: Туристичні організації та приватні компанії активно рекламують гастрономічний туризм, розробляють тематичні маршрути та фестивалі.

4. Зростання доступності подорожей: Здешевлення перельотів та розширення мережі бюджетних готелів робить подорожі більш доступними для людей з різним рівнем доходу.

5. Популярність соціальних мереж: Туристи діляться фотографіями та відгуками про їжу та ресторани в соціальних мережах, що стимулює інтерес до гастрономічного туризму.

6. Зростання еко-туризму: Туристи все більше цікавляться екологічно чистими продуктами та традиційними способами приготування їжі.

7. Удосконалення транспортної інфраструктури: Розвиток транспортної інфраструктури робить доступнішими віддалені регіони з унікальною кухнею.

8. Підтримка з боку влади: Уряди багатьох країн визнають гастрономічний туризм як важливий фактор економічного розвитку. Вони інвестують у розвиток інфраструктури, просування та підтримку малого та середнього бізнесу в цій сфері.

Висновки. Гастрономічний туризм – це поєднання приємного з корисним. Це можливість подорожувати, досліджувати нові місця та насолоджуватися вишуканими стравами. Це шанс розширити свої кулінарні горизонти, відкрити для себе нові смаки та аромати.

12. Цифровий маркетинг туристичної дестинації

Ірина Мельник, Вікторія Гагач

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. Цифрові технології все ширше використовуються для просування та продажу товарів та послуг. Цифровий маркетинг відкриває можливості для гнучкої сегментації та персоналізації, формує можливості для швидшого реагування на зміни потреб цільової аудиторії туристичної дестинації.

Матеріали і методи. Тренд на цифровізацію включає розробку сервісів для вибору напрямку та планування подорожі онлайн, у тому числі із застосуванням технологій штучного інтелекту та на основі аналізу Big Data. Дані Big Data дозволяють детально розглянути портрет туриста, який планує поїздку чи відвідує дестинацію, а відповідно, зробити максимально персоналізовану пропозицію для першої групи та забезпечити високий рівень задоволеності другої.

Результати. Використання цифрових технологій, з одного боку, робить просування дестинації більш диверсифікованим, націленим та залучає споживачів по всьому світу. З іншого боку, це ускладнює сприйняття територій і може сприяти формуванню суперечливого іміджу, оскільки до процесу включаються множинні стейкхолдери та самі споживачі.

Цифровий маркетинг – це не просто процес представлення дестинації в мережі Інтернеті через цифровізацію культурної та історичної спадщини, це процес організації взаємодії різних груп стейкхолдерів для максимального представлення реального потенціалу території у віртуальному просторі та його спільного узгодженого просування.

Віртуальний потенціал дестинації – це інформація про реальний потенціал розміщена на різних ресурсах віртуального простору. Цифрові технології все ширше використовуються для просування великих туристичних об'єктів шляхом створення спеціальних порталів, віртуальних турів та мобільних додатків, які базуються на принципах краудсорсингу та відкритих даних.

Наприклад:

- створення віртуальних 3D-турів, QR-кодифікація архітектурних пам'яток та інших об'єктів;
- використання технології доповненої реальності для відновлення атракцій, інтеграція віртуальних елементів у оточуюче середовище (фізичний простір).

Мобільні пристрої, цифрове телебачення, інтерактивні екрани, інші пристрої, які можуть збирати інформацію та передавати її, взаємодіють з аудиторією для створення комплексного туристичного продукту.

Висновки. Використання цифрових технологій маркетингу для просування туристичної дестинації базується на використанні ефективних комунікаційних каналів та платформ для обміну туристичним досвідом, збільшує залученість туристів та сприяє персоналізації пропозицій.

13. Можливості розвитку гастрономічного туризму в Україні

Ірина Мельник, Ірина Руденко

Національний університет харчових технологій, м. Київ

Вступ. Гастрономічна культура останнім часом активно використовується країнами для залучення мандрівників до туристичної дестинації. Гастрономія мотивує туристів та виступає одним з елементів маркетингу країни та регіону, посилює туристичну привабливість.

Результати. Через неможливість гарантувати безпеку туристам в Україні в умовах повномасштабного вторгнення РФ, можливість повноцінного обслуговування залежить від територіальної віддаленості гастрономічного туру від ліній зіткнення. Тому зараз пропонуємо реалізувати проєкти спрямовані на збереження гастрономічних локацій (зокрема, ферм, виноробень, угідь тощо), відновлення кулінарних рецептів та традицій української кухні, відродження легенд та пошук нових атракцій, навчання гідів (екскурсоводів) для сучасного супроводу гастрономічного туру, розбудову гастрономічних музеїв у класичному розумінні (офлайн), а також інтерактивних гастрономічних музеїв, роботу над гастрономічними мапами.

Відновлення кулінарних рецептів та традицій української кухні, відродження гастролегенд пропонуємо організувати через механізм оголошення конкурсу на базі органів влади територіальних громад, за результатами якого буде сформовано реєстр страв як частина культурної спадщини України. Реєстр страв повинен стати Фуд-гідом Україною та охоплювати всі області та райони. Рецепти страв повсякденного раціону повинні доповнюватися обрядовими та святковими стравами.

Розвиток гастрономічних музеїв в Україні. В класичному форматі експозиція гастрономічного музею передбачає вивчення історії продукту та його сучасне представлення в регіоні, містити цифрові інструменти та сервіси, спрямовані на залучення широкій аудиторії туристів (наприклад, інтерактивні стенди, інструменти з технологією доповненої реальності), та працювати з цифровим контентом.

Робота над гастрономічними мапами – картами гастрономічних об'єктів міст, селищ, в цілому територіальних громад. Детальна гастрокарта представлятиме заклади ресторанного господарства (ресторани, бари та кафе) з автентичними стравами. фірмовими стравами та авторськими стравами, пам'ятками архітектури, музеями та іншими локаціями.

Визначені напрями розвитку екосистеми гастрономічного туризму реалізуватимуться Управліннями маркетингу та туризму (Управліннями туризму та промоції) міст /територіальних громад за активної співпраці громадських спілок.

Кошти на реалізацію зазначених проєктів можуть залучатися від учасників ринку або через залучення грантів та програм підтримки від Європейського Союзу.

Цільова аудиторія проєктів – це внутрішні туристи, які можуть отримати гастрономічний досвід через вивчення культурної спадщини.

Робота над проєктами окремого регіону передбачає постійне вивчення позитивних практик інших територій, підтримку, допомогу і кооперацію з органами державної влади.

Висновки. Розвиток гастрономічного туризму в умовах повномасштабного вторгнення РФ передбачає постійну роботу над збереженням туристичних атракцій та нарощенням потенціалу для пропозиції конкурентоспроможного на регіональному та світовому ринку туристичного продукту після перемоги.

14. Особливості формування сильного бренду для туристичного підприємства

Вероніка Некряч, Тетяна Примак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей економіки. Велика кількість туристичних підприємств пропонують послуги відпочинку та подорожей, що призводить до конкурентної боротьби за клієнтів. Формування сильного бренду для туристичного підприємства стає вкрай важливим завданням, оскільки утворення сильного бренду стає справжнім джерелом конкурентних переваг.

Матеріали і методи. Дослідження проводились на основі аналізу ринку туристичних підприємств в Україні, шляхом виявлення їх сильних та слабких сторін та їх стратегій формування бренду.

Результати. Однією з переваг сильного бренду є його здатність залучати нових клієнтів. Клієнти завжди віддають перевагу туристичному підприємству яке має добру репутацію та пізнаваний бренд.

Для формування сильного бренду туристичному підприємству по-перше необхідно визначити свою унікальність. Далі розробити свою місію та цінності, що дозволить створити образ компанії. Вивчити свою цільову аудиторію та її потреби, це допоможе налаштувати комунікацію та розробити послуги на основі потреб аудиторії. Створити привабливе візуальне обличчя, тобто розробити привабливий логотип, дизайн та веб-сайт, які відображатимуть цінності та унікальність туристичного підприємства. Використовувати привабливі кольори, типографію та графічні елементи, які будуть легко запам'ятовуватися та розпізнаватися. Забезпечити високу якість послуг, це допоможе зберегти лояльність та побудувати сильні взаємовідносини з клієнтами. Також необхідно використовувати маркетингові канали, такі як соціальні мережі, блоги, рекламу та партнерські програми, для підвищення свідомості про бренд і привертання нових клієнтів. Важливим елементом в побудові сильного бренду для туристичного підприємства є партнерство – співпраця з іншими туристичними підприємствами, місцевими органами влади для отримання підтримки та просування бренду. Підтримка зв'язку з клієнтами, вивчення їх відгуків та побажань, внесення необхідних змін в свою діяльність для поліпшення задоволення клієнтів.

Головною умовою сильного бренду є позитивне ім'я, формування якого можна досягти дотримуючись своїх обіцянок, розбудовуючи добру репутацію серед клієнтів. Варто також, продовжувати розвиватися, впроваджувати нові послуги, покращувати якість та пристосуватися до змін на ринку туризму.

Висновки. Дотримання всіх перерахованих кроків дозволить створити сильний бренд для туристичного підприємства, який буде вигідно відрізнятися від конкурентів та привертати нових клієнтів.

Література

1. Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2019). Place Branding: Where Do We Stand? *Journal of Place Management and Development*, 65(2), 93-110.
2. Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2020). Consumer Brand Relationships: Twenty Years of Research in Marketing. *Journal of Consumer Research*, 66(4), 123-151.
3. Noble, S. M., & Singh, S. N. (2018). Exploring the Influence of Corporate Brand Identity on Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Marketing*, 80(4), 169-185.

15. Рекреаційно-туристичний потенціал Львівщини в світлі адаптивного туризму

Діана Нечипорук, Олена Харченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Адаптивний туризм – новий вид адаптивної рухової рекреації, фізичної реабілітації, оздоровлення та соціальної інтеграції людей з обмеженими фізичними можливостями.

Матеріали і методи. Для дослідження даної теми використовувались загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: метод аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. Рекреаційно-туристичний потенціал Львівщини є досить високим, курортна зона України може запропонувати величезну кількість місць для відпочинку та санаторних комплексів у будь-яку пору року, що особливо приваблює туристів; має ідеальний: природно-кліматичний потенціал, мальовничі ландшафти, чисте повітря, цілющі мінеральні води, привабливі туристичні маршрути, збережені національні традиції і фольклор, архітектурні пам'ятки, рекреаційні можливості. Львівщина має великий потенціал для розвитку всіх видів сучасного туризму: рекреаційного, пізнавального, активного, подієвого, релігійного, зеленого, екологічного та адаптивного.

Рекреаційного туризму: наявність мінеральних вод, рік, лісів та різноманітних баз відпочинку та санаторіїв.

Пізнавального туризму: Багатий соціокультурний ресурс, пам'ятки містобудування, архітектури, історії, мистецтва та археології, музеї, історико-культурні заповідники.

Активного туризму: гори Карпати, річкова система та можливості для різних видів активного відпочинку.

Подієвого туризму: регулярні концерти, етнофестивалі, джазові фестивалі, спортивні змагання та міжнародні туристичні виставки.

Релігійного туризму: Львівщина являє собою релігійний центр.

Зеленого туризму: існують передумови для розвитку агротуризму на базі сільських дворів та фермерських господарств.

Екологічного туризму: сприятливі умови для організації та розвитку екологічних туристичних напрямків.

Адаптивного туризму: фізичне, емоційне та духовне відновлення людей з особливими потребами (особливо в умовах війни).

Висновки. Аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу свідчить про наявність усіх передумов для інтенсивного розвитку туризму на Львівщині. Проте ефективний розвиток вимагає раціонального використання природних, культурних та історичних ресурсів, а також вирішення питань щодо матеріально-технічної бази та інвестицій у розвиток галузі. Розвиток туризму може стати стимулом для економічної активності, росту малого та середнього бізнесу та створення нових робочих місць. Проте існує і ряд факторів, які перешкоджають ефективному розвитку цього виду діяльності на сучасному етапі. При визначенні проблем розвитку галузі та шляхів їх вирішення слід оптимально поєднати соціальні потреби населення на оздоровлення та відпочинок із економічними вигодами.

Тому, туристичну індустрію необхідно розглядати як сферу задоволення важливих суспільних потреб, яка до того ж є ефективною в еколого-економічному плані і повинна поступово зайняти одне із перших місць в економічній структурі області.

16. Особливості створення ностальгічних турів

Джемалі Пачкорія, Тетяна Примак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ностальгічний туризм - це форма подорожей, коли люди спеціально вирушають у подорожі з метою відчуття або згадати спогади про минуле. Це може включати відвідування місць, де вони росли, проводили відпустки або мали значущі події у своєму житті. Ця форма туризму стає все популярнішою, особливо серед людей з високим рівнем доходу і старшого віку, які мають змогу фінансувати подібні подорожі та мають більше часу для відпочинку.

Матеріали і методи. Аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, індукція, дедукція.

Результати. Поняття ностальгії завжди було тісно пов'язане з подорожами та туризмом. Ностальгічний туризм допомагає людям відновити спогади, насолодитися емоційними зв'язками з минулим і відпочити від сучасного життя. У туризмі ностальгія має важливе значення як для індивідуальних, так і для колективних спогадів стосовно уявлень про особисті концепції дому, формування таких концепцій у діаспорі, а також про індивідуальні та спільні ідентичності, створені спогадами та минуле. Таким чином, існує значне поєднання між ностальгією та культурним туризмом, причому туризм навіть вважається відповідальним за створення ностальгії за допомогою реклами та брендингу, а також безпосередньо у розробці конкретних продуктів і послуг, які описуються як «індустрія спадщини», особливо в контексті постіндустріальної ери.

Вважається, що ностальгічний туристичний сегмент рухається бажанням реалізувати самоідентичність, що має вирішальне значення для позитивного впливу ностальгії на індивідуальний досвід. Вважається, що існує два типи ностальгічних туристів: справжні та історичні. Справжній ностальгічний турист прагне повернутися до свого минулого культурного середовища та заново пережити особистий минулий досвід, оскільки тут ностальгія представляє «сентиментальне або гірко-солодке прагнення до досвіду, продукту чи послуги з минулого». Навпаки, історичний ностальгічний турист прагне відвідати культурне середовище, яке було опосередковано передано йому через маркетинг і рекламу (наприклад, фільми, книги, оповідання), що створює ідеалізоване сприйняття місця призначення.

Ностальгія відіграє важливу роль у формуванні іміджу місця призначення та емпіричної цінності до того, як людина відчує місце призначення. Зв'язок між іміджем місця призначення та цінністю досвіду впливає на намір відвідування в майбутньому. Це створює цінність сенсу для місця призначення та може вплинути на ностальгічний досвід туристів. В ідеалі цей досвід повинен задовольнити бажання туриста отримати автентичний досвід культурного туризму та спадщини.

Висновки. Хоча ностальгію можна розглядати як стратегічний мотиваційний фактор, вона все одно є емоцією, яка викликана минулим досвідом. Цікаво, що коли ностальгія розглядається у зв'язку з міграцією, вона пов'язана зі стосунками з громадою в новому місці, однак це дещо інше, якщо говорити про туризм, тому що для розвитку цих відносин, можливо, доведеться довго подорожувати, щоб розвинути ностальгію. Отже, різні типи туристів матимуть різний ностальгічний досвід, залежно від їх минулого досвіду.

Література

1. Nostalgia and tourism. URL:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2023.2192875>

17. Система розселення в структурі туристичної сфери регіону

Юрій Сологуб¹, Ольга Безпала²

¹Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

²ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

Вступ. Формування та розвиток розселенських мереж різних таксономічних рівнів досить тривалий та багатоаспектний процес зі значним набором як внутрішніх так і зовнішніх чинників впливу. Здійснення адміністративно-територіальної реформи вплинуло на розвиток окремих міських розселенських систем шляхом зміни статусів населених пунктів території. Ці обставини зумовлюють важливість аналізу систем розселення суспільно-географічних районів як основи формування споживчої ланки туристичного ринку.

Матеріали і методи. Методологічною основою дослідження виступає використання сучасних геоінформаційних систем, як ефективного засобу візуалізації результатів статистичного аналізу та формування прогностичних тенденцій розвитку явища.

Результати. Розвиток туристичної сфери не можна розглядати відокремлено від основних тенденцій соціально-економічного розвитку окремих регіонів. Це зумовлено як своєрідною комплексністю туристичного продукту так і наявністю значної кількості внутрішніх та зовнішніх факторів, що визначають напрями та темпи її подальшого розвитку. Така взаємопов'язаність сфер економічної діяльності зумовлює врахування фактору комплексності при аналізі передумов розвитку та сучасного стану туристичної сфери окремо взятого регіону.

Міста та селища на ринку туристичних послуг виконують подвійну функцію. З одного боку вони є окремими об'єктами попиту, концентруючи туристичні об'єкти різного рівня атрактивності, з іншого — виступають генератором споживацької аудиторії, особливо в рамках короткотривалих туристичних поїздок.

На сьогодні можемо спостерігати планомірний розвиток системи розселення Столичного суспільно-географічного району загалом та її міської ланки зокрема. Представлений розвиток відбувається в основному шляхом збільшення кількості населення в окремих поселеннях, а не за рахунок виникнення нових компонентів системи – міст та селищ. Цей аспект негативно впливає на компонентну складову системи розселення району за рахунок значного посилення диспропорцій в рамках територіальної концентрації населення. Враховуючи загальні міграційні процеси Столичного суспільно-географічного району, це призводить до фактичного обезлюднення окремих населених пунктів та виключення їх зі складу розселенської мережі як системоформуючих елементів.

Фактичне зникнення населених пунктів призводить до негативних наслідків в плані функціонування та розвитку туристичної сфери району - зменшення людського ресурсу як генератора попиту на туристичному ринку; деградація інфраструктури, особливо її транспортної складової; загроза втрати окремих туристичних ресурсів локалізованих в межах відповідних поселень та зниження рівня атрактивності тих які залишаються в їх територіальних рамках.

Висновки. Враховуючи взаємозалежність між розвитком систем розселення різних рівнів та соціально-економічною ситуацією в державі можна стверджувати що позитивні зрушення в економічній сфері мають стабілізувати ситуацію в питаннях розселення. Особливе місце має належати управлінській складовій в розвитку існуючих систем як їх консолідуючого елемента.

18. Сучасні геоінформаційні системи в рамках навчального процесу

Юрій Сологуб¹, Ольга Безпала²

¹*Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна*

²*ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна*

Вступ. Більшість освітньо-професійних програм підготовки здобувачів профільних спеціальностей досить широко використовують можливості геоінформаційних систем як навчального інструменту, що дозволяє формувати у них професійні компетентності в сфері використання інформаційних технологій в науково-дослідницькій діяльності. Однак, цього не можна сказати про непрофільні спеціальності.

Матеріали і методи. Питанням використання геоінформаційних технологій в навчальному процесі присвячені наукові дослідження Е.Л. Бондаренка, М.С. Голованя, А.Л. Гусака, О.С. Данильченко О.М. Король, О.Г. Корнус, А.О. Корнуса і ін.

Результати. Новітні засоби проведення дослідження, до яких відносять і використання геоінформаційних технологій, заслуговують на більш детальну увагу в аспекті їх використання в навчальному процесі. Дані системи (програмні комплекси) вже використовуються при викладанні окремих дисциплін для здобувачів профільних спеціальностей. Однак, існує ряд питань які потрібно вирішити при формуванні основ викладання гіс-орієнтованих дисциплін для непрофільних спеціальностей ВНЗ, а саме: вивчення основ геоінформаційних технологій фахівцями спеціальностей структура яких зумовлює таку необхідність; нівелювання порівняної складності сприйняття геоінформаційних систем здобувачами; використання геоінформаційних систем в рамках дистанційної освіти.

Можна стверджувати, що проблемні аспекти впровадження геоінформаційних систем як інструменту навчання в рамках непрофільних спеціальностей варто локалізувати в дві групи – технічні (апаратне та програмне забезпечення), методичні (складність сприйняття для непрофільних спеціальностей, недостатній рівень універсальності щодо методики викладання). Загалом, геоінформаційні системи на відміну від традиційних картографічних матеріалів дозволяють формувати інтерактивні та динамічні цифрові картографічні основи, що дозволяють ефективно виділяти ознаки прояву окремого явища та прослідковувати його динаміку в часовому вимірі. Інструментарій сучасних ГІС дозволяє проводити візуалізацію різноманітних статистичних даних в залежності від мети та поставлених завдань дослідження, застосовуючи широкий спектр способів картографування. Засоби геоінформаційних систем дозволяють відображати кількісні та якісні ознаки досліджуваного об'єкта чи явища з прив'язкою до визначеної території.

Важливою властивістю геоінформаційних систем в рамках навчального процесу є їх мультидисциплінарність, а саме, надання можливості здобувачам не тільки проводити дослідження в рамках одного навчального курсу, а й вивчати взаємозв'язки з іншими напрямками підготовки.

Висновки. Широкий функціональний інструментарій геоінформаційних систем та їх міждисциплінарне використання сприяють набуттю здобувачами компетентностей щодо використання інформаційних технологій в дослідницькій діяльності. Водночас, можна виокремити ряд проблемних питань а саме: вартість пропріетарних програмних комплексів, необхідність відповідного апаратного забезпечення та певну складність сприйняття геоінформаційних систем здобувачами непрофільних спеціальностей вузів.

19. Геоінформаційні системи: інструментарій та функціональні можливості

Юрій Сологуб¹, Ольга Безпала²

¹Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

²ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

Вступ. Геоінформаційні системи (ГІС/GIS) на відміну від традиційних картографічних матеріалів дозволяють формувати інтерактивні та динамічні цифрові картографічні основи, що дозволяють ефективно виділяти ознаки прояву окремого явища та прослідковувати його динаміку в часовому вимірі.

Матеріали і методи. Використання геоінформаційних технологій присвячені наукові праці М.С. Голованя, О.С. Данильченко О.М. Король, О.Г. Корнус і ін.

Результати. Інструментарій сучасних ГІС дозволяє проводити візуалізацію різноманітних статистичних даних в залежності від мети та поставлених завдань дослідження, застосовуючи широкий спектр способів картографування. Засоби геоінформаційних систем дозволяють відображати кількісні та якісні ознаки досліджуваного об'єкта чи явища з прив'язкою до визначеної території.

Програмні засоби ГІС можна розділити на дві великі групи: комерційні ГІС-пакети (ArcGIS, MapInfo і ін.); ГІС-пакети з відкритим кодом (QGIS, SAGA GIS і ін.).

Функціональні можливості популярних відкритих ГІС-пакетів

Характеристики	QGIS	GRASS	SAGA
Базові інструментальні можливості	– аналіз даних дистанційного зондування землі; – геостатистика; – аналіз гідрології; – аналіз морфометрії; – моделювання рельєфу; – аналіз баз даних; – робота з растровими та векторними об'єктами; – тривимірне моделювання.	– геомодельовання; – управління просторовими даними; – растрова, векторна та комп'ютерна графіка; – обробка супутникових знімків; – просторове моделювання і візуалізація.	– обробка векторних даних; – обробка даних LiDAR; – робота з растровими даними; – аналіз цифрових моделей рельєфу; – геостатистика.

Відкриті ГІС-пакети, враховуючи наявні інструментальні можливості, стають досить привабливою альтернативою по відношенню до комерційних геоінформаційних продуктів. Однак, потрібно враховувати, що доступна база онлайн-даних в пропріетарних системах є набагато ширшою за аналогічну, наприклад, в QGIS. Аналогічна ситуація прослідковується і в ситуації щодо наявних плагінів. Так, в відкритій системі їх більше, але функціональні можливості кращі в додатках комерційного ГІС-пакету.

Висновки. Геоінформаційні технології характеризуються широким спектром використання, зокрема і в освітньому процесі у вищих навчальних закладах. Для підготовки здобувачів актуальним є використання сучасних ГІС-пакетів з програмним інструментарієм обробки, аналізу та візуалізації просторової інформації.

20. Природно-заповідний фонд Закарпаття в рамках екологічного сегменту туристичного ринку України (Інфраструктурна складова НПП «Синевир»)

Марія Степанович, Юрій Сологуб

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. Озеро Синевир – найбільше в Україні гірське озеро. Хоча це, безумовно, родзинка парку, але відвідати його варто не лише заради цієї водойми. Тут є і чарівні гори, і кришталево чисті водоспади, річки та озера, заповідні болота і праліси, що належать до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Тут відкриті для відвідувачів унікальні для України реабілітаційні центри для бурих ведмедів та хижих птахів.

Матеріали і методи. Використано методи: порівняльного аналізу, хронологічний, структурно-функціональний, прогнозування та побудови графічних моделей, аналізу статистичних даних, а також методи групування, абстрагування та узагальнення.

Результати. Національний природний парк «Синевир» вдало розташувався в самісінькому серці Українських Карпат. Парк володіє мальовничими гірськими краєвидами, унікальними куточками дикої незайманої природи, рідкісними представниками флори і фауни.

На території НПП «Синевир» створено численні екологічні стежки, розроблено пішохідні, велосипедні та кінні маршрути, які успішно функціонують. Створено мережу маркованих гірських туристичних стежок. Найпопулярнішими маршрутами є «Ур. Красний – Синевирське озеро», «Колочава – г. Стримба», «Музей лісу і сплаву – о. Озірце (Дике озеро)». Важливим завданням природного парку є створення мережі стаціонарних рекреаційних пунктів в урочищах Рабачинка, Бункер, Остріки, Син.-Поляна [1].

Наразі Синевирський національний парк може прийняти 12 мандрівників у мотелі «Остріки», 14 - у мотелі «Бункер», 30 - на базі відпочинку «Лавачинка» (котеджі сімейного типу) та чотирьох - у мотелі «Синевирська поляна». За даними спеціального дослідження, за останні 15 років зелений туризм у населених пунктах національного парку стрімко набрав обертів. Наразі тут функціонує 105 агроосель загальною місткістю 700 ліжок-місць. Найбільш розвинені фермерські мережі розташовані в Син.-Полянні, Колочаві та Синевирі. В останні роки розвинулася традиція тривалого сімейного відпочинку у приватних власників (особливо влітку і взимку під час новорічних та різдвяних свят). У національних парках створено низку тимчасових баз відпочинку для відпочивальників: Рабачинка, Кошилівський, Поросячка, Синевирське озеро та Красний. Туристичні послуги розвиваються досить активно, постійно проводиться інвентаризація та ревізія туристичних стежок, розробляються додаткові туристичні маршрути. [1]

Висновки. Швидкий розвиток сучасного світу, збільшення відсотку урбанізації населення та відірваність людей від природи, спровокувало низку екологічних проблем та проблем для ментального та фізичного здоров'я людей, тому з кожним роком популярність та важливість екологічного туризму все більше зростає.

НПП «Синевир» намагається сповна використовувати природні та історико-культурні рекреаційні ресурси, щоб створити нормальні умови для відпочинку й оздоровлення людей. Важливим фактором у цьому плані є унікальність природи НПП «Синевир».

Література

1. Літопис природи Національного природного парку «Синевир». Том 1. с. Синевир, 2016.

21. Роль туристичних інформаційних центрів у розвитку туризму малих туристичних міст

Дар'я Шелухіна, Тетяна Примаєв

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Значення туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) у галузі туризму, особливо в сучасному світі, важко переоцінити. Роль, яку виконують ці структури, є ключовою в розвинутому суспільстві з точки зору комунікацій. Практично, ТІЦи займають провідне місце у сфері рекламно-інформаційної та пошуково-організаційної діяльності суб'єктів туристичної галузі в кожній розвиненій туристичній країні світу.

Матеріали і методи. Аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, індукція, дедукція.

Результати. Туристичний інформаційний центр є привабливим і зручним місцем, де відвідувачі отримують інформацію про доступні можливості у місці призначення. Управління центром включає в себе визначення, впровадження і контроль комерційних можливостей і додаткових послуг з метою збільшення прибутку, таких як; бронювання проживання, турів і продаж місцевих товарів. Фізичний простір центру є важливим для того, щоб відвідувачі могли зручно розпочати свою подорож, знайти комфортне розташування та ефективно спланувати свій час у місці призначення. Задоволення потреб відвідувачів і відповідь на ринкові вимоги визначає успішність і значення ТІЦ. Досвід країн з великою кількістю ТІЦ свідчить про те, що їх сучасна форма є індикатором успішності бізнесу та інтегрується у систему державного управління туризмом. ТІЦ стають ефективним інструментом для просування туристичних послуг у будь-якому регіоні, де є передумови для розвитку туризму, і входять у національну систему центрів, які виконують державні функції у сфері туризму. Крім того, як платформа для просування місцевого бізнесу, ТІЦ є важливим джерелом інформації та ідей для відвідувачів. Багато з них активно підтримують місцевий туристичний бізнес, що сприяє тривалішому перебуванню в регіоні та збільшенню обсягів витрат.

Управління туристичною галуззю в умовах трансформаційних змін в економіці України на сучасному етапі вимагає пошуку нетрадиційних підходів та нових поглядів. Одним із ефективних інструментів управління сферою туризму у регіонах може бути створення мережі міських туристичних інформаційних центрів, що сприятиме підвищенню туристичної привабливості міста та активізації туристично-екскурсійної діяльності на його території. На державному рівні це набуває особливої важливості у сучасний період, коли ефективність туристичної галузі визначається передусім її інформаційно-рекламним забезпеченням.

Висновки. Організація та розвиток туристичних інформаційних центрів є ключовим елементом успішного розвитку туризму в Україні. Важливим завданням політики місцевої влади в управлінні туризмом є поліпшення інформаційного забезпечення цього процесу, оскільки без реклами та інформації, що привертає увагу споживачів послуг, розвиток туристично-рекреаційної діяльності є неможливим. Робота туристичних інформаційних центрів стає надзвичайно важливою в DESTINATION з великою кількістю самодіяльних туристів, оскільки вони є основними центрами, що надають інформаційні послуги.

Література

1. Волчецький Р. Роль туристичних інформаційних центрів у сучасній індустрії туризму. Наукові праці. Державне управління. 2019. Т. 194, № 182. С. 126–128.

22. Інноваційні стратегії управління гостьовими послугами в туристичній індустрії

Софія Шостак, Інна Вінніченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах постійної еволюції туристичної галузі та зростання конкуренції, розвиток інноваційних стратегій управління гостьовими послугами стає необхідністю для забезпечення високої якості обслуговування та залучення клієнтів.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані різноманітні джерела інформації, включаючи наукові публікації, статистичні дані, аналітичні звіти та інтерв'ю з експертами і представниками туристичної галузі. Під час дослідження також враховувалися локальні особливості та специфіка туристичного ринку кожного регіону.

Результати. У результаті дослідження було встановлено, що впровадження інноваційних стратегій управління гостьовими послугами в туристичній індустрії сприяє покращенню якості обслуговування, зниженню витрат, збільшенню лояльності клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Впровадження інноваційних стратегій управління гостьовими послугами може значно покращити туристичний сектор країни. Наприклад, використання цифрових технологій дозволяє українським готелям та гостьовим будинкам ефективніше просувати свої послуги через Інтернет, залучати нових клієнтів та збільшувати виручку. Крім того, розвиток сталого туризму в Україні може сприяти збереженню природних та культурних ресурсів країни, а також залучити інвестиції в розвиток малоексплуатованих регіонів.

Деякі інноваційні технології, які можуть бути впроваджені в готельні підприємства в Україні, включають:

1. Цифрові системи бронювання та управління: Застосування інтегрованих платформ для бронювання номерів, онлайн-реєстрації гостей та автоматизованого управління готельними процесами дозволяє забезпечити швидше та ефективніше обслуговування.

2. Системи електронного ключа: Заміна традиційних ключів на електронні картки або мобільні додатки дозволяє гостям зручно та безпечно відкривати двері до своїх номерів.

3. Інтерактивні панелі у номерах: Встановлення екранів або планшетів у номерах, за допомогою яких гості можуть здійснювати замовлення послуг, дізнаватися про розваги та події в готелі та отримувати іншу корисну інформацію.

4. Використання штучного інтелекту та аналітики даних: Впровадження систем, які аналізують дані про відвідуваність, попит на послуги та поведінку гостей, допомагає готелям ефективніше прогнозувати попит і адаптувати свої послуги під потреби клієнтів.

5. Енергоефективні технології: Встановлення систем енергозбереження, таких як LED-освітлення, сенсори регулювання температури та системи управління водою, допомагає готелям зменшити споживання ресурсів та економити кошти.

Висновки. Застосування інноваційних стратегій управління гостьовими послугами дозволяє туристичним підприємствам забезпечити конкурентні переваги, збільшити задоволення клієнтів та сприяти сталому розвитку галузі. Ці інноваційні технології не лише покращують якість обслуговування гостей, але й допомагають готельним підприємствам оптимізувати свої витрати та підвищувати ефективність управління.

23. Tourism Industry Operations During Martial Law

Anastasiia Isayenko, Inna Vinnichenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Tourism is a key sector of the economy in many countries, including Ukraine. The development of tourism also contributes to the improvement of transportation infrastructure and environmental conditions. Ukrainian tourism has suffered from political and socio-economic problems, significantly affecting its state. Tourism enterprises must ensure safety and comfort for tourists, especially in times of war.

Materials and Methods. The material for the study included Internet resources: media, business publications, and articles. Analysis of literary sources and statistical data was used for the research.

Results. Martial law always has a significant impact on various aspects of life, including tourism. Since tourism is a key sector of Ukraine's economy, its logistical support becomes critically important during martial law. It forces tourists to choose less popular destinations for safety, resulting in many enterprises not reaching their full potential. A decrease in tourist flow leads to job cuts and reduced income.

It affects transportation infrastructure and logistics, leading to more challenging transportation conditions and possible additional costs. Martial law increases expenses for ensuring tourists' safety, which can be a significant difficulty for tourism enterprises.

Tourism enterprises must consider a risk management strategy aimed at reducing risks and increasing benefits during martial law. One way to achieve this is by expanding services to destinations unaffected by military actions, such as domestic tourism and ecotourism. It is necessary to have evacuation and tourist protection plans from potential hazards. Effective communication with tourists is important to ensure their safety and inform them of possible changes in the tour program.

After Ukraine's victory, many tourists will want to visit places where military actions took place. It is important to develop a large-scale marketing campaign for external markets to perceive Ukraine as a safe travel destination. Restoring tourism infrastructure by attracting international assistance is crucial.

Conclusions. Thus, the conditions of martial law present significant challenges to tourism enterprises in Ukraine. However, they continue their activities, contributing to the state and resisting enemies.

The managers and employees of these enterprises provide quality services to tourists and actively support the country during the conflict. After Ukraine's victory in the war, measures will be needed to enable tourism enterprises to continue operating and providing services according to the usual regime. Creating state programs to support the tourism business will be the most effective way to help.

References

1. Dvorska I. The Tourism Industry After the War. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
2. Zarubina A.V., Sira E.O., Demchuk L.I. "Features of Tourism in Times of Martial Law."

24. Strategy for promoting the tourism brand of Ukraine

Daria Vohulkina, Tetiana Mirzodaieva

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. For a certain period of time, Ukraine's brand was almost invisible in the European space. A global occasion such as the beginning of a full-scale invasion was a deep reason to create a thoughtful brand of our country, which helped to form the right opinion among foreigners, and this contributed to their desire to be involved in helping Ukraine in these difficult times.

Materials and methods. Own observations and personal perception of the situation were the reason for writing this paper. The files of the international promotional campaign "Bravery" were taken into account. Traditional general scientific research methods were used: critical analysis of literature and government projects, observation, synthesis, statistics, comparison, deduction and induction.

Results. At the beginning of the full-scale war, the creativity of Ukrainians had no limits, as various videos, photos, posters, and illustrations were created, but it was necessary to make this flow of creativity planned, coherent, and unified. The Bravery project broadcasts one message through different channels, namely that Bravery and determination are a Ukrainian national resource. The idea was to make the word 'Bravery' associated with Ukraine.

The campaign logos feature a miniature Ukrainian coat of arms above the word "Bravery". This is an allusion to the elevation of a number to a degree: there is ordinary bravery, and then there is bravery in the Ukrainian degree.

The national campaign is simple, clear and has a concise design so that people can easily reproduce it themselves if necessary. For example, the slogan Be brave like Ukraine was soon used at rallies around the world. Ukraine's case is almost unique, as we are the first country to launch an official national branding campaign in the midst of war. For the first time, brand communication has become a key part of the country's response to military invasion. At its core, the campaign tries to turn an intangible value, namely bravery, into an asset that can be converted into real military, economic and moral support. In other words, it aims to cultivate positive public opinion in the world that will support further aid to Ukraine to help with the war.

This way of using brand communication in war is unprecedented. Not only have diplomatic channels been used to seek international support, but also popular media and social media have been used to communicate directly with citizens of other countries. This gives ordinary people around the world a chance to show solidarity by donating or influencing their government to support Ukraine.

The official campaign also allows Ukraine to extend the war's visibility beyond news coverage. As the conflict continues, it is likely to fade from the headlines in the international media, but billboards, social media posts and the strategic use of entertainment publications such as Vogue can keep it in front of audiences.

The most effective voice of the state in the world today is Ukrainians abroad, who have been contributing to the spread of truthful information about Ukraine in various ways since the first days of the war: from rallies for a free Ukraine to the organization of educational events, actions and seminars on Ukrainian history and culture.

Conclusion. Thus, despite the brutal full-scale war, the state is establishing channels of communication of Ukraine's brand in the world and promoting the image of a modern, strong and heroic state. The official information campaign "Bravery" on national branding in the midst of the war has become the most successful since independence.

25. Modern reservation systems in the tourism business on AI basis

Tetyana Prymak, Anna Redka

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. The development of an enterprise in the tourism industry without the use of information technologies and reservation systems is currently impossible. Information technology has helped reduce costs, increase operational efficiency and improve tourist service. Both customers and businesses can benefit from an improved communication, booking and service system. Today, there is no doubt that technology and travel are a perfect combination. In the last decade, this symbiosis has played a decisive role in the development of tourism: from finding a vacation spot and planning a trip to its actual implementation and demonstration of impressions and photos on social networks.

Research methods. Analysis, synthesis, comparison, generalization, induction, deduction.

Results. There are many ways to make the day-to-day work of a travel agent easier using AI. One of the most common methods is a chatbot. Using the technology of chatbots of artificial intelligence, enterprises of the tourism industry ensure the selection of the best options for tours. Tourists can receive individual recommendations for vacation spots, flights, reservations, entertainment and attractions.

With the creation of ChatGPT, a powerful artificial intelligence tool developed by OpenAI, tourist information offices have gained a better ally to attract more travelers. One of the options for using chatbots in the work of a travel agency is assistance in booking airline tickets and hotels.

The system takes an intelligent approach to selection, automatically saving the hotels discussed in the conversation, helping users stay organized and simplifying the selection of dates, checking availability and adding flights, cars or activities. The price of a bot for a Telegram channel depends primarily on the list of tasks it solves. Connecting to AI, of course, increases the cost, but not critically. The amount depends on the complexity of the integration of artificial intelligence with this or that platform (if the bot is created on the constructor).

The economic effect will be a reduction in operating costs, which will allow specialists in customer service, marketing and sales to focus on more complex and more business-critical tasks.

Conclusion. The effectiveness of the chatbot leads to an improvement of the customer experience and an increase in the conversion rate. Also, the use of a chatbot will have another advantage - automatic interlocutors can analyze conversation statistics and find areas in the company's systems that most often cause problems for users.

In addition, the implementation of a chatbot for booking travel services in a travel company will ensure the redistribution of working time of sales managers and provide an opportunity to serve a larger number of potential tourists per unit of time. This, in turn, will increase the productivity of managers and increase the number of tourists served.

Literature

1. Краковецкий О. Перегони штучного інтелекту: що таке ChatGPT і кому він може стати в пригоді. Mind. 2023. URL: <https://mind.ua/openmind/20252628-peregoni-shtuchnogo-intelektu-shcho-takechatgpt-i-komu-vin-mozhe-stati-v-prigodi>

26. Якість надання туристичних послуг як основа економічного розвитку туристичного бізнесу

Алла Коцюр

Міжнародний класичний університет ім. Пилипа Орлика, Миколаїв, Україна

Вступ. В умовах сучасної глобалізації та зростання конкуренції в туристичній індустрії, важливо розглядати якість надання туристичних послуг як стратегічний фактор, що впливає на економічний успіх підприємств.

Матеріали і методи. Дослідження базується на аналізі якісних та кількісних показників якості обслуговування в туристичному секторі. Застосовувалися методи анкетування та опитування туристів, аналіз відгуків у соціальних мережах, аналіз економічних показників туристичного бізнесу, включаючи обсяги інвестицій, доходи та зайнятість у секторі, методи порівняльного аналізу та економетричні підходи для визначення факторів, що впливають на ефективність туристичного бізнесу.

Результати. Отримані результати свідчать, що висока якість туристичних послуг безпосередньо впливає на економічний аспект туристичного бізнесу. Адже метою більшості туристичних фірм є ведення прибуткового і тривалого бізнесу. Для досягнення даної мети компаніям необхідно виробляти той товар або послугу, який буде задовольняти потреби потенційних покупців і тим самим забезпечувати збільшення бізнесу. Туристи більш схильні витратити більше коштів на подорожі, де їм гарантовано високий стандарт обслуговування та задоволення від послуг. Якість обслуговування персоналом, комфорт та інноваційні підходи у вигляді технологій відіграють важливу роль у формуванні позитивного сприйняття та їх подальшого споживання. Також зазначено стійкий ріст обсягів інвестицій у готельно-ресторанний сектор та туристичну інфраструктуру, що свідчить про високий рівень інтересу до цієї галузі з боку інвесторів. Аналіз фінансових показників підтвердив стабільний ріст доходів у секторі туризму. Зокрема, висвітлено, як збільшення потоку туристів призводить до зростання прибутковості готелів, ресторанів та інших туристичних підприємств.

Зазначено також, що якість надання туристичних послуг має великий соціальний вплив на місцеві громади. Підвищення обсягів туристичної діяльності створює нові робочі місця, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, а також сприяє підтримці культурного та природного спадку.

Зазначено також важливість стратегічного планування та маркетингових стратегій для приваблення туристів та забезпечення сталого економічного зростання.

Для забезпечення сталого економічного зростання у туристичному бізнесі важливими є не лише кількість туристів та їх витрати, але й ефективне управління, адаптація до сучасних тенденцій та збалансований підхід до розвитку готельного та туристичного секторів.

Сьогодні саме туристичне підприємство повинне генерувати нові рівні якості і створювати нові, більш високого порядку, стандарти якості. В умовах все більш розширеного процесу глобалізації виробники туристичних послуг не можуть зупинятися на досягнутому рівні якості.

Висновки. На підставі проведеного дослідження можна визначити, що якість надання туристичних послуг має визначальне значення для економічного успіху туристичного бізнесу, формуючи його конкурентоспроможність та стійкість. Вдосконалення якості обслуговування визначається не лише ефективністю підприємств, але й сприяє позитивному впливу на економіку загалом, забезпечуючи розвиток місцевих громад, збільшення зайнятості та приваблення інвестицій.

27. Туристичні потоки з України до Ізраїлю: основні тенденції та проблеми

Герій Владислав, Чайка Ірина

Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна

Вступ. Ізраїль щороку приваблював чимало туристів незважаючи на складну геополітичну ситуацію. Зараз через чергове загострення війни з ХАМАС, держава втратила частину туристичних потоків. Тому актуально дослідити, який теперішній стан туризму в Ізраїлі та які тенденції на відповідному ринку.

Матеріали і методи. Для дослідження національного ринку турів до Ізраїлю проведено моніторинг існуючих пропозицій, проведено аналіз та синтез отриманої інформації.

Результати. До пандемії, спричиненої COVID-19, туристична індустрія Ізраїлю щорічно приймала все більше і більше туристів. У період пандемії держава вжила суворих протиепідемічних заходів, обмежила в'їзд на свою територію, відповідно туристичні потоки знизились до мінімуму. Відкриття кордонів у результаті завершення пандемії, створювало перспективи для відновлення галузі. Однак жовтнева атака бойовиків ХАМАС та загострення збройного конфлікту знову мінімізували туристичний потік. Щодо тенденцій – згідно з даними CEIC до кінця 2023 року кількість туристів дещо збільшилась, також відомо про значну кількість перенесених бронювань вже на час 2024 року [1].

Традиційно основу маршрутів до Ізраїлю складають релігійні, культурно-пізнавальні та рекреаційні види туризму. Щодо релігійних турів, то територія сучасного Ізраїлю відіграє велику роль для християн, іудеїв та мусульман. До святої землі в Україні до періоду пандемії, та в період між завершенням пандемії та черговою атакою ХАМАС, часто обирали такі тури як: «Ізраїль – свята земля», «Сторінками Біблії», «Таємниці і Велич Землі Обітованої» та інші. На екскурсії в більшості турів пропонують відвідати такі місця як Стіна плачу, Єрусалимський храмовий гірський масив, Вифлеєм, Мертве море, Гора Табор, Гора Масада, Храм гробу господнього та інші. Культурно-пізнавальний туризм також обумовлений значним туристичним потенціалом Ізраїлю. Одними з таких турів на туристичному ринку були: «Перлина Середземномор'я», «До самого Мертвого моря», «Неповторний Ізраїль», «Ізраїль + Йордан», «Вихідні в Ізраїлі». Однак зараз найбільші туристичні оператори: Coral Trevel, Join Up, Аккорд Тур забрали відповідні тури зі своїх сайтів. Тобто туризм можливий здебільшого в контексті індивідуальних поїздок, так як держава не закрила можливості авіасполучень.

Висновки. Варто відзначити що Ізраїль попри складну політичну та соціальну ситуацію намагається відновлювати туристичну індустрію. Зараз на ринку туристичних послуг України доступні лише можливості організації індивідуального туру або самостійної поїздки.

Література

1. Israel Visitor Arrivals. CEIC. URL: <https://www.ceicdata.com/en/about-us>

28. Порівняльна оцінка енергетичного складу дієт лікувального призначення у закладах охорони здоров'я

Остап Млинко, Марія Паска

*Львівський державний університет фізичної культури ім.І.Боберського, Львів,
Україна*

Вступ. Нутриціологія базується на основі доказів про різні особливості різних продуктів, методів обробки та дієтичних зразків, нові пріоритети для досліджень починають виокремлюватися в галузі наук про харчування. Серед них визначення оптимального складу дієти з метою боротьби ожирінню, взаємодії між пребіотиками та пробіотиками, ферментованими продуктами та кишковою мікробіотою, ефекти конкретних жирних кислот, персоналізоване харчування, особливо з урахуванням факторів способу життя, соціокультурних особливостей та мікробіоти, а також впливи місця проживання та соціального статусу на харчування та захворюваність. [1,2]. Разом з тим аналіз даних літератури дозволяє зробити висновок про те, що нутриціологічний склад компонентів, які входять у перелік страв дієт лікувального призначення у закладах охорони здоров'я вивчений недостатньо. В основному висвітлюють лише окремі фрагменти цієї важливої науково-практичної проблеми. Власне цим і зумовлена актуальність наукових досліджень.

Мета Провести порівняльну оцінку енергетичного складу дієт лікувального призначення у закладах охорони здоров'я.

Матеріали і методи. Аналіз літературних даних, дієт, синтез та узагальнення.

Результати. Нами проаналізовано найчастіше використовувані дієти залежно від фізіологічного стану людини. У літературі трапляються лише поодинокі роботи з'ясуванню впливу нутрієнтного складу дієт на організм людини залежно від фізіологічного стану. Нами виокремлено відповідні дієти 1, 5, 9, 15 та зондові. Відзначено що у дієті №1, яка призначена для людей із запальними захворюваннями шлунково-кишкового тракту, а саме гастрит, виразка та інші стани. Її мета зменшення запального процесу та нормалізації секреторної і моторної функції шлунку. Енергетична цінність 3000 кКал. Дієта № 5 призначена для людей із захворюваннями печінки та жовчних шляхів, такі як гепатит, холецистит, жовчнокам'яна хвороба. Її мета нормалізувати функції печінки та жовчних шляхів. Енергетична цінність 2800 кКал. Дієта №9 призначена для людей із цукровим діабетом та надлишковою масою тіла. Її мета здійснити нормалізацію вуглеводного обміну і попередити порушення жирового обміну. Енергетична цінність 2400 кКал. Дієта №15 призначена для людей, які не вимагають спеціальних лікувальних дієт, як перехідна дієта в період виздоровлення та після лікувальних дієт. Мета даної дієти - забезпечити фізіологічно повноцінним харчуванням. Енергетична цінність 2900 кКал. Зондове харчування призначена для людей, які мають певні обмеження через порушений акт ковтання чи прохідність ШКК. Енергетична цінність 3100 кКал.

Висновки. Отже нами проаналізовані дієти, які можуть бути рекомендовані для людей з вищевказаним перебігом захворювання, проте потребують певної корекції щодо нутриціологічного складу.

Література

3. Alt, K.W.; Al-Ahmad, A.; Woelber, J.P. Nutrition and Health in Human Evolution–Past to Present. *Nutrients***2022**, *14*, 3594. <https://doi.org/10.3390/nu14173594>

4. Kulshreshtha, Mayank1.; Srivastava, Gunja2; Singh, Manjul Pratap3. Pathophysiological status and nutritional therapy of peptic ulcer: An update. *Environmental Disease* 2(3):p 76-86, Jul–Sep 2017. | DOI: 10.4103/ed.ed_11_17

22.3.

Technology of restaurant products

Chairperson – professor Oleksandra Niemirich

Secretary – professor Oleh Kuzmin

22.3.

Технологія ресторанної продукції

Голова – професор Олександра НЕМІРІЧ

Секретар – професор Олег КУЗЬМІН

1. Розширення асортименту та підвищення біологічної цінності мусів веганського спрямування

Денис Фефелов, Людмила Мамченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Тенденцією у світі стає поширення нетрадиційних дієт, що пов'язано із плюралізмом поглядів населення. Поширення веганства є наслідком кардинальної зміни громадського ставлення до норм споживання насамперед тваринних білків.

Матеріали та методи. Матеріалом для досліджень є функціональні компоненти, а саме аквафаба та пектин. Для визначення показників активної кислотності та вмісту сухих речовин в роботі використовувалися потенціометричний та рефрактометричний методи. Оцінку якості інноваційного мусу проведено органолептичним методом.

Результати. З метою розширення асортименту веганських мусів приділено увагу ефективному заміщенню білків тваринного походження. Необхідно враховувати той факт, що муси мають високий вміст простих вуглеводів та мінімальний вміст білкової складової, а тому їх домінування у раціоні призводить до білкового дефіциту, в результаті якого виникає послаблення імунобіологічної реактивності. Перспективним методом збагачення веганських мусів є бобові екстракти, і в тому числі аквафаба. Вона є важливим джерелом калію, фтору та незамінних амінокислот. У технології мусу аквафаба застосовується з метою збільшення об'єму при збиванні та утворення піни. Результати збивання аквафаби продемонстрували високі показники піноутворювальної здатності та піностійкості (394,44% та 136,54%, відповідно). Висока харчова цінність смородини чорної дозволяє покращити цінність авторської страви за рахунок збільшення питомої ваги вітаміну С у 14 разів, вітаміну В₄, міді у 2 рази та алюмінію, який нормалізає функціонування щитовидної залози. Зазначимо, що в інноваційній рецептурі заміщення желатину відбувається шляхом використання пектину. Визначений гетерополісахарид рекомендується вживати із профілактичною метою, що зв'язано з його властивостями зв'язувати радіонукліди. Як відомо, ваговою проблемою України є недостатнє споживання йоду. Для вирішення проблеми пропонується ввести в рецептуру водорість з роду *Porphyra*. Профілограма оцінки органолептичних показників класичної та інноваційної рецептур мусів наведена на рис. 1.



Рисунок 1 – Профілограма органолептичних показників досліджуваних зразків мусу

За результатами фізико-хімічного дослідження, встановлені наступні параметри інноваційного мусу з чорною смородиною: активна кислотність (рН 3,46), вміст сухих речовин (30,2%), густина (1,4088 г/см³) та окисно-відновного потенціалу (+198 мВ).

Висновки. Результати органолептичної експертизи авторського мусу свідчать про позитивні оцінки показників зовнішнього вигляду, кольору, запаху та смаку. На наш погляд, існують всі підстави для апробації інноваційної рецептури.

2. Наукове обґрунтування та розроблення технології еклеру «Кокос-малина»

Марія Якубець, Володимир Захаров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зменшення калорійності солодких страв може бути ключовим для збереження здоров'я, ефективного використання ресурсів і розширення вибору для споживачів. Це також може позитивно позначитися на профілактиці захворювань, пов'язаних з високою калорійністю їжі. Тематика наукових досліджень, які присвячені зменшенню калорійності страв, за останні роки стала одним з важливих напрямків наукової роботи.

Матеріали і методи. Аналіз літературних джерел, власні дослідження органолептичні, математичні розрахунки.

Результати. Завданням даного дослідження є розширення асортименту солодких кокосових десертів, підвищення їх харчової цінності при зниженні калорійності. Поставлена задача досягається тим, що в складі десерту з кокосом використовують альгінат, рослинне кокосове молоко, порошок сублімованої малини, кокосову цукрову пудру.

Після проведення органолептичної оцінки було встановлено, що ці компоненти володіють відмінними смаковими характеристиками. Кокосове молоко відрізняється ніжним, молочним смаком і ароматом, що нагадує кокос. Колір кокосового молока може варіюватися від білого до кремового. Сублімований малиновий порошок має приємну пудрову текстуру, вільну від домішок та однорідно розмелену. Яскравий колір порошку чудово підкреслить смак кокосового молока. Кокосова цукрова пудра відрізняється світло-коричневим відтінком, нехарактерним для рафінованого білого цукру, і має приємний аромат кокосу. Альгінат не має вираженого запаху, його консистенція подібна до крохмалю, без будь-якого стороннього присмаку.

Були проведені дослідження властивостей модельних систем за різного співвідношення цих інгредієнтів у зв'язку їх використання у одному продукті. Які показали, що альгінат розчиняється краще у воді. Також була проведена органолептична оцінка модельних систем. В модельних зразках органолептичні властивості майже однакові. Модельні зразки з кокосовим молоком мають приємний кремовий відтінок. Тоді як модельні зразки з водою мають більш вдалу текстуру, і їхній колір залишається прозорим, без змін.

Наступним кроком у дослідженнях буде оцінка впливу інгредієнтів на якісні показники модельних зразків готової продукції. За результатами досліджень встановлено, що вміст альгілату натрію у кількості 5% та 3% не відповідає вимогам щодо необхідної консистенції кокосового крему, спричиняючи гелеподібну або защіпну текстуру. За 1% концентрацією спостерігається оптимальний ефект, де крем має збалансовану та стійку текстуру. Також були проведені дослідження седиментаційної здатності, які показали, що крем з альгілатом є стабільними системами-не розшаровуються.

Висновок. При введенні новаторських інгредієнтів вміст білків зросло на 5,15%, водночас вміст жирів зменшився на 18,74%, а вуглеводів - на 37,49%. Збільшення вмісту білків на 0,4 г означає збільшення загального вмісту білків на 5,15%. Це в свою чергу призвело до зменшення вмісту вуглеводів у еклері на третину. Таким чином, використання цукрової кокосової пудри знижує глікемічний індекс. Загалом, вміст всіх поживних речовин у безлактозному еклері з кокосовим кремом скоротився, при цьому зменшився вміст жирів та вуглеводів, а збільшилася кількість білків.

3. Розроблення системи управління безпечністю на основі принципів НАССР виробництва плодоовочевого десерту у закладі ресторанного господарства

Ілля Циба, Наталія Фролова, Наталія Ющенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Заклади ресторанного господарства несуть відповідальність за забезпечення безпечних т плодоовочевих десертів, що накладає на виробників необхідність розроблення ефективних систем управління, таких як система НАССР.

Матеріали та методи. Аналітичні методи дослідження технології виробництва плодоовочевих десертів, зокрема виробництві мусу суничного у закладі ресторанного господарства та оцінка безпечності з встановленням критичних точок Розробка системи НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points) включає випробування на стабільність, визначення терміну придатності, оцінку смаку та текстури для забезпечення стабільної якості продукту [1].

Результати. Виробництво мусу суничного у закладі ресторанного господарства з детальним вивченням усіх етапів технології, включаючи вибір та підготовку сировини, технологічний процес приготування, умови зберігання та упаковки готового продукту. Гігієнічні стандарти включають чистоту обладнання, рук працівників, а також збереження продукту від зовнішніх джерел забруднення. Технологічні процеси вимагають контролю за температурою, часом обробки, умовами зберігання і транспортування. Моніторинг також включає в себе регулярні перевірки продукції на наявність алергенів шляхом використання відповідних методів аналізу. Наприклад, алергія на суницю досить рідко спостерігається, але може виникнути у деяких осіб. Щодо желатину, у ньому можуть міститися білки, що можуть викликати алергічну реакцію у деяких людей з особливою непереносимістю до білкових складників [2].

Для забезпечення санітарно-гігієнічних стандартів на виробництві та особистої гігієни працівників розроблено програми-передумови: ПП-4 для безпечності води, льоду, пари та матеріалів, які стикаються з харчовими продуктами; ПП-5 для забезпечення чистоти приміщень; ПП-6, що охоплює здоров'я та гігієну персоналу.

Було визначено критичні контрольні точки потенційних ризиків при виробництві мусу суничного, дотримуючись алгоритму – "дерево прийняття рішень". Ідентифікували 5 ключових точок контролю, що охоплюють етапи виробництва, зберігання сировини та готового продукту, а також відповідність персоналу правилам особистої гігієни та карантинних норм. Для кожної з цих точок було визначено максимально припустимі значення, процедури контролю та заходи для коригування ситуації. Всі внесені корекції відображені в протоколах плану внутрішнього контролю, зразки яких наведені в прикріплених документах.

Висновки. Розроблено систему контролю якості на різних етапах виробництва, створена система моніторингу наявності харчових алергенів у продукції. Здійснена перевірка ефективності розробленої системи НАССР та визначили відповідальних.

Література

1. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. <https://dpss.gov.ua/publicnainformaciya>.

2. Матвійчук Л., Чепурда Л., Чепурда Г. Перспективи впровадження системи управління безпечністю та якістю продукції ресторанного господарства. Інновації та технології в сфері послуг і харчування : наук. журнал, 2022. Том 2. № 6. С. 9-14.

4. Розробка системи моніторингу безпечності виробництва основних страв з карамелізованою продукцією

Дмитро Сальчук, Наталія Фролова, Наталія Ющенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Застосування системи моніторингу безпечності виробництва харчової продукції, в тому числі технології карамелізації цибулевих овочів дозволить гарантувати якість та безпечність продукту від стадії приймання сировини до моменту споживання, а це, в свою чергу, стане підґрунтям для споживачів довіряти виробникові та рекомендувати продукцію [1].

Матеріали та методи. Аналітичні методи дослідження технології карамелізації в основних стравах, а саме карамелізованих цибулевих овочів встановлення вимог до їх безпечності та якості, розробку системи моніторингу сировини та санітарно-гігієнічного стану виробництва, а також перевірку ефективності розробленої системи та встановити вимоги щодо їх безпечності та якості.

Результати. Як об'єкт дослідження, для успішної розробки системи НАССР було обрано заклад ресторанного господарства, розташований за адресою: місто Звягель, Житомирська область, вулиця Соборності, 4, яке спеціалізується на виготовленні холодних страв, закусках та основних страв нескладного приготування. Згідно ДСТУ 4281-2004 «Заклади ресторанного господарства» дане підприємство можна класифікувати, як кафе.

Карамелізована цибуля – це універсальний інгредієнт, який може бути використаний у різних стравах, як: гарнір, соус, начинка та просто як інгредієнт. Вона може бути додана до салатів, супів, рагу або інших страв для додавання їм глибини та смаку. За технологією – цибуля проходить термічну обробку за визначеними параметрами, в результаті чого цукри в цибулі розкладаються та карамелізуються, створюючи характерний солодкий смак та хрустку текстуру.

Спершу потрібно випарувати з цибулі 80% всієї вологи шляхом тушкуванні на середній температурі, потім додати сіль, цукор та бальзамічний оцет та підняти температуру приготування. Етапи смаження є досить важливими з точки зору безпеки. При недотриманні заданих умов під час виконання даних процесів в результаті може вийти продукт з надлишковим вмістом вологи, яка може призвести до утворення патогенної мікрофлори. Після приготування цибулю охолоджують, пакують та відправляють на зберігання, або реалізують безпосередньо в закладі під час приготування основних страв. При розробці плану управління безпечністю карамелізованої цибулі нами було встановлено 5 критичних контрольних точок, що стосуються етапів виробництва продукції, зберігання сировини та готового продукту, дотримання персоналом правил особистої гігієни [2].

Висновки. Оцінюючи технологію виготовлення обраної страви зробили висновок, що даний продукт має певні біологічні, хімічні та фізичні характеристики, щодо своєї безпечності, може споживатися в якості складника різноманітних страв.

Література

1. Матвійчук Л., Чепурда Л., Чепурда Г. Перспективи впровадження системи управління безпечністю та якістю продукції ресторанного господарства. Інновації та технології в сфері послуг і харчування : наук. журнал, 2022. Том 2. № 6. С. 9-14.
2. Колеснікова М.Б., Гринченко О.О., Юрченко С.Л., Андреева С.С., Черемська Т.В. Системне забезпечення харчової безпечності продукції закладів ресторанного господарства. Таврійський науковий вісник. Серія «Технічні науки», 2022. № 4. С. 64-73.

5. Розроблення системи управління якістю виробничої ланки ресторану

Ростислав Кузьменко¹, Олег Кузьмін¹,
Ольга Михайлова²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Навчальний центр PROFI CLUB, Київ, Україна

Вступ. У сучасному ресторанному бізнесі, де конкуренція надзвичайно велика, постійне удосконалення процесів та контроль якості є ключовими факторами успішної діяльності закладів ресторанного господарства (ЗРГ). Система управління якістю (СУЯ) ЗРГ виявляється невід'ємною складовою галузі гостинності.

Матеріали та методи. У роботі застосовуються теоретичні та аналітичні методи дослідження, спрямовані на забезпечення високого стандарту обслуговування та якості продукції ЗРГ.

Результати та обговорення. СУЯ спрямована на керування та контроль за діяльністю ЗРГ з урахуванням якості бізнес-процесів (рис. 1). Враховуючи велику кількість факторів, від якості інгредієнтів [1] до професійної підготовки персоналу,



Рисунок 1 – Структура СУЯ виробничої ланки ресторану

розробка і впровадження СУЯ [2] стає необхідністю для досягнення успіху у ресторанному бізнесі. Розроблена структура СУЯ передбачає взаємодію персоналу ресторану згідно з бізнес-процесами, що відбуваються на

виробничій ділянці, згідно з посадовими інструкціями, положенням про ресторан, технологічними інструкціями та процедурою ПСУЯ, що дозволяє чітко здійснювати виробничо-торгівельну діяльність ЗРГ. Політика СУЯ щодо надання послуг ЗРГ, ґрунтується на переконанні, що успіх ресторанного бізнесу нероздільно пов'язаний із задоволенням кожного гостя.

Висновок. Розробка ефективної СУЯ для ЗРГ є надзвичайно важливою та дозволяє підтримувати високий стандарт якості страв, забезпечуючи задоволення гостей і підвищуючи конкурентоспроможність ЗРГ.

Література

1. Дударев І.М., Кузьмін О.В. Стратегії удосконалення майонезного соусу. Товарознавчий вісник. 2022. Вип. 15. Ч. 2. С. 5–21.
2. Кійко В.В., Мельник О.П., Кузьмін О.В., Попова Н.В. Системи управління якістю на підприємствах харчової промисловості : навчальний посібник. Одеса. Олді+, 2023. 278 с.

6. Сучасні страви з борошна як візитівка ресторанів української кухні

Ростислав Кузьменко, Олена Павлюченко, Володимир Польовик
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Українська кухня завжди привертала увагу своєю унікальністю та різноманітністю, особливо з використанням борошна, перетворюючи його на смачні страви, які стають справжньою візитівкою української гастрономії. Від традиційних до сміливих інтерпретацій класичних рецептур – ця кулінарна еволюція додає новий рівень смаку та естетики українській кухні.

Матеріали та методи. У даній праці застосовано теоретичні та аналітичні методи досліджень, проведено органолептичну оцінку та порівняння калорійності розроблених інноваційних страв, а саме вареників з різною начинкою.

Результати та обговорення. Однією з основних борошняних страв української кухні є вареники, які мають широкий спектр начинок від традиційних до новаторських. В минулому їхній образ мав містичний відтінок, оскільки їхній формі, що нагадувала місяць, приписувалися особливі магичні властивості, які сприяли добробуту та здоров'ю за народними віруваннями. Нами було проведено ряд досліджень з розроблення нових видів начинок для вареників, з наступним поєднанням компонентів: зразок 1 – м'ясо курки та в'ялена журавлина; зразок 2 – борщовий набір овочів з внесенням томатного пюре та копченої груші, зразок 3 – м'ясо свинини, печінка куряча, м'якоть гарбуза та насіння соняшника. Тісто для вареників готували на основі кефіру, з внесенням харчової соди. Вареники готували на пару. Результати органолептичної оцінки вареників з різними начинками, проведеної групою експертів, представлено на рис. 1.

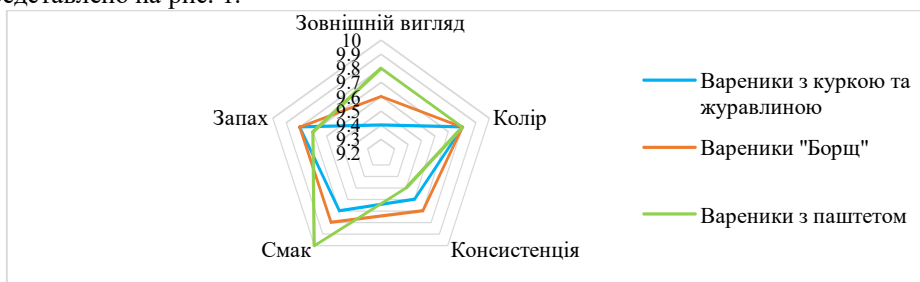


Рисунок 1 – Профілограма органолептичної оцінки вареників

За профілограмою можна побачити, що всі страви схожі за показниками, але за середньою оцінкою ліпші вареники з паштетом (9,76), після них йдуть вареники «Борщ» (9,74), останні вареники з куркою та журавлиною (9,66). Для повноти зображення інноваційних страв важливо порівняти не лише їхню оригінальність та смакові якості, але й калорійність. Найбільша калорійність характерна вареникам з куркою та журавлиною – 206,32 ккал, друге місце – вареники з паштетом 169,55 ккал, третє місце – вареники «Борщ» 151,64 ккал. Такий аналіз дозволить краще розуміти поживну цінність цих страв і допоможе зробити більш обґрунтований вибір у харчуванні.

Висновок. Отже, сучасні страви з борошна, зокрема вареники, втілюють традиційність і креативність української кулінарії. Вони не лише підтримують культурну спадщину, а й додають нові інтерпретації та естетику до кухонних вражень, ставлячи себе в якості особливої візитівки сучасних ресторанів української кухні.

7. Aspects of celebrity work in PR advertising of restaurant establishments

Oleksandr Bohdan, Volodymyr Polovyyk, Nataliia Stukalska
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Famous brands and restaurant chains often use celebrities and bloggers to advertise their products and services. However, using such methods can be quite risky. It is suggested to consider ways to avoid the potential negative consequences of working with celebrities.

Materials and methods. The subject of the study is the possible ways of "legalized" methods of "working" of celebrities to advertise products and services of restaurants. Analytical and theoretical research methods are used in the work.

Result. Since public relations activities are aimed at solving specific tasks of creating a favorable environment for the enterprise, it involves the use of various measures, one of which is the involvement of celebrities. At the same time, as a rule, there is "advertisement of a product or service", and accordingly, its promotion is carried out using television, advertising video, radio recording or even in Instagram stories, where the celebrity "unpacks" the received product with positive reviews about it and the establishment. Such advertising can have negative consequences. One of the reasons that forms the final impact on the consumer is the need to pay attention to the information that was published on their pages in social networks or video blogs earlier.

In this context, it is important:

- to violate laws and regulations related to advertising;
- ensure proper design of the process of involving celebrities in advertising and protection of the interests of both parties.

Verbal agreements and cash payments increase the risk of disputes. Therefore, it is advisable to conclude a contract with a celebrity in order to legally formalize the legal relationship between the customer and the performer.

In contracts with celebrities (often these are contracts for the provision of services or contracts with mixed elements of contracts for the provision of services and other contracts), it is recommended to prescribe the following key clauses:

- clearly formulate the subject, rights and obligations under the contract, taking into account the agreements and necessary consequences;
- determine terms and mechanisms for creating, integrating and distributing advertising;
- determine the celebrity's responsibility in case of breach of contract terms and a simple and clear procedure for pre-trial settlement;
- determine the amount and terms of payments, including costs and taxes;
- establish clear and understandable cooperation procedures;
- other conditions that the parties consider important.

Conclusion. A signed contract with a celebrity can help protect the customer's position in pre-trial or judicial proceedings, provides the opportunity to collect damages or penalties from the blogger in case of breach of contract terms, and generally legitimizes and regulates the relationship between the parties to the contract.

References

1. Understanding the role of influencer marketing in blogging. Aicontentfy. URL: <https://aicontentfy.com/en/blog/understanding-role-of-influencer-marketing-in-blogging> (Дата звернення: 29.02.2024 р.)

8. Використання рослинного молока у технології приготування солодких страв

Світлана Вознюк, Ольга Коваль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Використання рослинного молока у приготуванні солодких страв має великі перспективи. Запит на нього зростає, харчова промисловість постійно вдосконалюється, а доступність рослинного молока розширюється. Тому все більше людей обирають його як альтернативу тваринному молоку.

Матеріали та методи. Були досліджені можливості використання рослинного молока у технології приготування желеєних солодких страв для людей, які не переносять лактозу та для веганів. Для цього було запропоновано використання кокосового та мигдалевого молока, зокрема торгових марок "TCC Chaokoh Coconut Milk" та «Vega Milk». Для визначення якості сировини були застосовані аналітичні, розрахункові та органолептичні методи.

Результати та обговорення. Рослинне молоко - це напій, який виготовляють шляхом замочування, подрібнення та проціджування горіхів, насіння або злаків у воді. Кокосове молоко містить насичені жири, які корисні для шлунково-кишкового тракту, виводять шкідливий холестерин та покращують роботу мозку. Також багате на вітаміни групи B, A, C, K, E, PP, на Омега-3, Омега-6, Омега-9 жирні кислоти, кальцій, магній, цинк та фосфор. Мигдалеве молоко містить велику кількість вітаміну E, який є природним антиоксидантом та допомагає запобігти раку та сповільнює процес старіння. Крім вітаміну E, воно містить вітаміни D і A, білки, Омега-6 жирні кислоти, цинк, кальцій, залізо, магній та калій. Молоко коров'яче містить близько ста компонентів, серед яких основні: вода, білки (казеїн, сироваткові білки), лактоза, гормони, вітаміни, ферменти, антитіла. На основі аналітичних даних побудовано гістограму, яка відображає амінокислотний склад білків в досліджуваних продуктах (рис. 1).

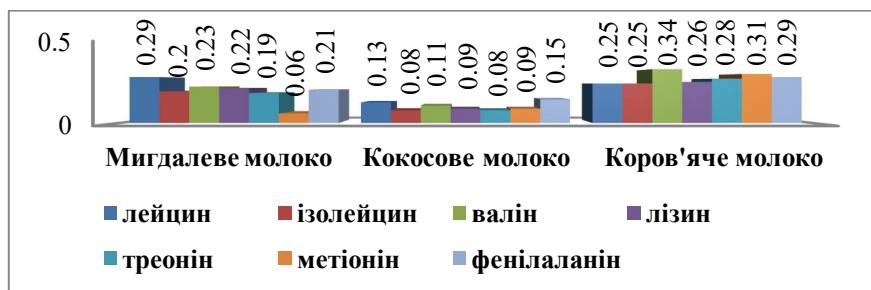


Рисунок 1 – Амінокислоти в складі білка, мг/100 г

Порівнявши амінокислотний склад, можна зробити висновок, що коров'яче молоко має кращий амінокислотний склад. З двох рослинних кращим є мигдалеве.

Висновок. Отже, рослинне молоко може бути здоровим і смачним додатком до повноцінного харчування. Кокосове та мигдалеве є популярними альтернативами коров'ячому у приготуванні десертів, але повністю замінити коров'яче за складом не можуть. Для вирішення питання недостаті амінокислот в рослинних продуктах можна додаванням різноманітних білкових компонентів тваринного походження (протеїни, білкові порошки), або ж комбінувати з різними рослинними продуктами.

9. Метод структуривання функції якості на основі концепції «будинку якості» у закладах ресторанного господарства

Денис Фефелов¹, Олег Кузьмін¹, Вікторія Кійко¹, Ігор Дударев²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Луцький національний технічний університет, Луцьк, Україна

Вступ. У сучасних умовах ресторанний бізнес стикається з великим конкурентним тиском та потребою постійного підвищення якості обслуговування. Зниження якості послуг призводить до незадоволення споживачів, що у свою чергу негативно впливає на репутацію закладу ресторанного господарства (ЗРГ).

Матеріали та методи. Для визначення очікувань споживачів при проєктуванні/розробці/удосконаленні продукції/послуг/процесів використовують QFD-методологію (*quality function deployment*) – «будинок якості» (*house of quality*) [1].

Результати. Концепція «будинку якості» виявляється ефективним інструментом для підвищення якості обслуговування та задоволення потреб споживачів у ЗРГ. «Будинок якості» відображає взаємозв'язок між споживчими характеристиками якості та технічними параметрами продукції/послуг. На рис. 1 наведено базову структуру «будинку якості» за QFD-методологією, що передбачає реалізацію дев'яти кроків:

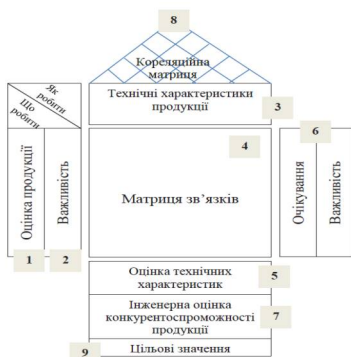


Рисунок 1 – Базова структура «будинку якості» [1]

1. *Оцінка продукції/послуг* – визначення цільової аудиторії на споживчому ринку;

2. *Важливість* – визначення вагомості потреб;

3. *Технічні характеристики продукції/послуг* – встановлення конкурентних переваг;

4. *Матриця зв'язків* – визначення ступеня зв'язків між цілями ЗРГ та вимогами відвідувачів;

5. *Оцінка технічних характеристик* – визначення взаємозв'язку між вимогами споживача та характеристиками продукції/послуг;

6. *Очікування, важливість* – таблиця

споживчого бенчмаркінгу, що порівнює технічні характеристики продукції/послуг з конкурентами;

7. *Інженерна оцінка конкурентоспроможності продукції/послуг* – таблиця технічного бенчмаркінгу для порівняння технічних характеристик продукції/послуг зі специфікаціями конкурентів;

8. *Кореляційна матриця* – визначення зв'язку між різними технічними характеристиками продукції/послуг;

9. *Цільові значення* – визначення технічних характеристик і відображення очікувань щодо якості продукції/послуг.

Висновки. Використання методу структуривання функції якості на основі концепції «Будинку якості» дозволяє ЗРГ оптимізувати свою діяльність та забезпечити високу якість обслуговування. Це сприяє підвищенню задоволеності споживачів та підвищенню конкурентоспроможності ЗРГ на ринку.

Література

1. Кійко В.В., Мельник О.П., Кузьмін О.В., Попова Н.В. Системи управління якістю на підприємствах харчової промисловості : навчальний посібник. Одеса. Олді+, 2023. 278 с.

10. Підвищення вмісту харчових волокон у стравах з грибів

Матвій Шульга, Ольга Коваль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день питання здорового харчування є надзвичайно важливим як для споживачів, так і для виробників продукції. Для покращення поживної цінності страв, стану здоров'я, доцільно використовувати рослинну сировину багату на білки, жири, вуглеводи, харчові волокна.

Матеріали і методи. Об'єктом дослідження є технологія страв з грибів на прикладі «Жульєна з куркою та печерицями». Досліджено рослинні порошки, насіння багате на клітковину. Використані аналітичні, експериментальні, розрахункові, органолептичні методи дослідження.

Результати. В харчових продуктах, що споживає людина, є не лише поживні речовини (білки, жири, вуглеводи), а й така частина, що отримала назву "баласт". Ці складові харчових продуктів організмом не засвоюються, є клітковиною або харчовими волокнами. Вони мають властивості сорбентів, сприяють виведенню токсинів, шлаків з організму людини, сприяють швидкому насиченню, дозволяють приборкати апетит, покращують секреторну функцію травних залоз. Джерелом харчових волокон є різні злакові культури, фрукти, овочі, інші рослинні джерела.

Запропоновано у якості джерел клітковини застосувати шрот зародків пшениці, псиліум, насіння чіа. Насіння чіа багате вітамінами групи В, антиоксидантами, омега-3 жирними кислотами. Відрізняється високим вмістом клітковини (34,4 г), калію, заліза і кальцію, магнію, фосфору. Корисне та поживне, дає можливість покращити раціон людей, які ведуть здоровий спосіб життя. Рослинного протеїну в насінні чіа 16,54 г, що в два рази більше, ніж в злаках. Зародки пшениці – енергетичний продукт, характеризуються антиоксидантними та радіопротекторними властивостями, високим вмістом білку (60,0 г), харчових волокон (40,1 г), вітамінів групи В, С, калію, кальцію, магнію, натрію, фосфору, заліза. Збалансований вміст незамінних амінокислот дозволяє включати в раціон спортсменів, дітей, при захворюваннях серцево-судинної системи, цукровому діабеті, хворобах шлунково-кишкового тракту. Псиліум – борошно з ядер насіння індійського подорожника, має найвищий рівень розчинних харчових волокон (74,45%), традиційні злакові вівсяні та пшеничні висівки містять приблизно 10-15% клітковини з них лише 5% розчинної. Псиліум містить невелику кількість засвоюваних вуглеводів. При розробці жульєну з куркою та печерицями додавали три види рослинної сировини від 3 до 12 %, досліджували органолептичні показники, розраховували поживну цінність. Згідно теоретичних, розрахункових досліджень, виконаних експериментів, органолептичної оцінки контрольного та дослідних зразків розроблених страв, можна зробити висновок, що класичний жульєн з куркою, печерицями та удосконалені рослинною сировиною з великим вмістом клітковини, характеризуються високими смаковими властивостями, що позитивно впливає на сприйняття інноваційних продуктів. Найкращу органолептичну оцінку отримав дослід з насінням чіа в кількості 8 %.

Висновки. Розроблено технології страв з грибів з використанням насіння чіа в страві «Жульєн з куркою та печерицями», обґрунтовано раціональну кількість інгредієнту для внесення в страву. В ході досліджень доведено підвищення вмісту харчових волокон з 0,2 до 4,2 г в 100 г страви при відмінних органолептичних показниках.

11. Збагачення хлібобулочних виробів нетрадиційною сировиною

Ольга Гмиря, Ольга Коваль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Перспективність виготовлення хлібобулочних виробів методом збагачення нетрадиційними рослинними компонентами стимулює виробників до розширення асортименту, а споживачів - до підвищення попиту на продукцію з вираженим смаком і ароматом натуральних компонентів.

Матеріали і методи. Досліджено можливість використання нетрадиційної для України рослинної сировини у виробництві хлібобулочних виробів зі збільшенням вмістом вітамінів, мінералів, антиоксидантів та мікроелементів. Виконано аналітичні дослідження по застосуванні в'ялених томатів при створенні хлібобулочних виробів, застосовано розрахункові, експериментальні, органолептичні методи досліджень.

Результати та обговорення. В'ялені томати – це продукт створений зі свіжих стиглих томатів методом висушування, в результаті якого продукт втрачає від 88% до 93% води. Енергетична цінність 100 г в'ялених томатів становить 258 кКал. Поживна цінність на 100 г продукту становить: білки 14.11 г, жири – 2,97 г, вуглеводи – 55,76 г з яких клітковина складає 12.3 г. В результаті висушування томати збільшують свою поживну цінність та зберігають високий вміст вітамінів групи С, А, К, В, антиоксиданту лікопену, β-каротинів, магнію, калію, натрію, фосфору. У в'ялених томатах великий вміст вітаміну С, а саме 39.2 мг на 100 г продукту. Добова потреба організму людини в аскорбіновій кислоті становить 70-100 мг. Вітамін С має сильну антиоксидантну дію, приймає участь у синтезі колагену в організмі людини, підвищує імунітет, допомагає у синтезі нейромедіаторів та карнітину, захищає фтолати та вітамін Е від окиснення і підтримує їх в активній формі. Варто збільшити вживання аскорбінової кислоти для нормалізації роботи нервової системи, серця, судин, обміну речовин. На основі отриманих даних про вітамінний склад в'ялених томатів, створено порівняльну діаграму вмісту вітамінів в контрольній та вдосконаленій страві (рис. 1).

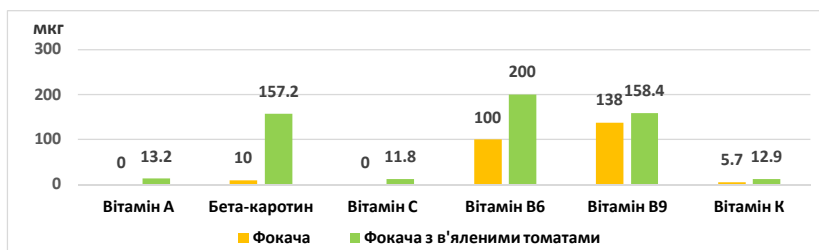


Рисунок 1 – Вміст вітамінів, мкг на 100 г страви

У результаті порівняння вітамінного та мінерального складу, поживної та енергетичної цінності, органолептичних властивостей, встановлено перевищення багатьох вказаних показників в удосконаленій страві по відношенню до контрольного зразка.

Висновок. За результатами дослідження визначено, що в'ялені томати є додатковим джерелом вітамінів, мінералів та клітковини, що підтверджує доцільність їх застосування для підвищення нутрієнтного складу хлібобулочних виробів.

12. Порошок гарбуза – біологічно активна добавка для підвищення харчової цінності солодких страв

Владислав Дудник, Ольга Коваль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні сегмент ринку солодких страв, кондитерських виробів стрімко розвивається, але постає проблема високої енергетичної цінності та незбалансованості традиційних солодких страв. Один із шляхів вирішення цієї проблеми є використання у виробництві плодових та овочевих порошків для зниження енергетичної цінності готового виробу, підвищення в ньому вмісту вітамінів, мінералів, харчових волокон, біологічно активних речовин.

Матеріали та методи. Досліджено можливості використання порошку гарбуза у технології борошняних кондитерських виробів, кремів, солодких страв. Застосовано аналітичні, порівняльні методи дослідження сировини.

Мета дослідження. Розширення асортименту збалансованих солодких страв з високим вмістом біологічно активних речовин, удосконалення існуючих технологій виробництва шляхом додавання порошку гарбуза.

Результати та обговорення. Висока харчова цінність порошку гарбуза обумовлюється його біохімічним складом. Він є джерелом β-каротину, у його складі присутні вітаміни, такі як В₁, В₂, В₃, В₆, В₉, С, РР, мінерали, зокрема калій, кальцій, мідь, залізо, магній, марганець, фосфор, сірка, цинк, фтор. Харчові волокна гарбуза очищають організм від токсинів, стимулюють функцію шлунково-кишкового тракту. Пектинові речовини сприятливо діють на процес травлення, виводять із кишківника токсичні речовини, які утворюються в ньому або потрапляють з їжею, та надлишковий холестерин, здійснюючи профілактику серцево-судинних захворювань.

Використання порошку гарбуза для виробництва солодких страв є досить ефективним, оскільки він має низьку вартість, доступний протягом всього року, стійкий під час зберігання та технологічного перероблення, має високу харчову цінність.

Можна виділити декілька перспективних напрямків використання гарбузового порошку для виробництва борошняних кондитерських виробів, десертів: у якості смако-ароматичної добавки в процесі приготування пісочних, бісквітних напівфабрикатів, вершкових кремів (за наявності жирового компоненту для повного засвоєння β-каротину); у якості натурального харчового барвника для виробництва борошняних напівфабрикатів, вершкових кремів, глазури; наявність у складі високої кількості пектинів уможливує використання порошку, у якості згущувачів, стабілізаторів у тому числі десертів у вигляді мусів.

Зокрема додавання порошку гарбуза в кількості 10-20% до бісквітного напівфабрикату підвищує вміст харчових волокон, аскорбінової кислоти, а також β-каротину в декілька разів. Встановлено, що додавання 15 % до яєчно-цукрової суміші для бісквіту значно покращує стійкість маси, яка зумовлена поверхнево-активними властивостями пектинових речовин гарбуза.

Висновок. Підсумовуючи результати проведеного дослідження можна стверджувати, що використання гарбузового порошку в солодких стравах є перспективним напрямком покращення поживної цінності, зменшення калорійності, покращення і урізноманітнення органолептичних показників готових виробів.

13. Використання шроту зародків пшениці у технології овочевих запіканок

Анатолій Кравченко, Ольга Коваль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Здорове харчування стає все більш популярним, що спричиняє зростання попиту на продукти з високою поживною цінністю та функціональними властивостями, а овочеві запіканки саме є такими.

Матеріали та методи. Досліджено можливості використання шроту зародків пшениці у технології овочевої запіканки (до складу якої входять: морква, цибуля ріпчаста, кабачок, картопля, болгарський перець) для людей, які дотримуються дієтичного харчування. Пропонується використання шроту зародків пшениці «Білоцерківхлібопродукт» в технології запіканок. Застосовані аналітичні, органолептичні та розрахункові методи визначення якості сировини.

Результати та обговорення. Шрот зародків пшениці, який використовується в харчовій промисловості, отримують із зародків пшениці за допомогою спиртової екстракції. Він відзначається високим вмістом білка, низьким вмістом жиру і багатий клітковиною. Містить різні амінокислоти, такі як ізолейцин, лейцин, лізин тощо. Також відомо, що цей продукт має високі адсорбційні властивості. Щодо поживної цінності, то в 100 г продукту міститься 43,0 г білка, 47,0 г вуглеводів і 0,13 г жиру, енергетична цінність – 1510,4 кДж (361 ккал). За розрахунковими даними визначено вітамінний та мінеральний склад в 100 г запропонованої страви та овочевої запіканки, побудована гістограма (рис. 1).

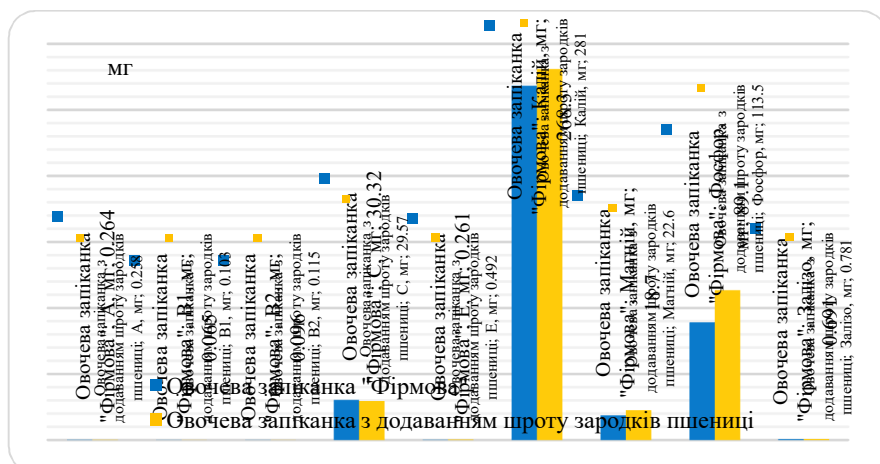


Рисунок 1 – Вміст вітамінів та мінеральних речовин, мг/100 г страви

Порівнявши вітамінний та мінеральний склад, можна дійти висновку, що овочева запіканка з додаванням шроту зародків пшениці по більшості показників перевищує овочеву запіканку «Фірмову». Вміст вітаміну А майже однаковий, збільшився вміст вітамінів В1, В2 та вітаміну Е. Стосовно мінеральних речовин, то їх масова частка в інноваційній перевищує вміст мінералів в овочевій запіканці «Фірмовій».

Висновок. Отже, шрот зародків пшениці – це цінний продукт, який може стати чудовим доповненням до вашого меню (овочеві котлети, запіканки тощо). Він має високу поживну цінність, а також багатий на вітаміни та мінеральні речовини.

14. Аналіз технологічних властивостей сучасних заміників цукру

Марія Саміленко, Ірина Корецька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Замінники цукру — це речовини, які можуть технологічно замінити цукор у продуктах, зазвичай менше калорійні та не впливають на рівень цукру у крові. Також вони використовуються як альтернатива рецептурного компонента на заміну смаковому елементу для людей, які хочуть обмежити споживання цукру.

Матеріали і методи. Аналітичні дослідження асортименту борошняних страв приготовлених по сучасним технологіям та удосконалення технології приготування фруктових начинок, шляхом використання продуктів для зниження калорійності.

Результати. Згідно проведеним дослідженням таких впливових організацій у галузі досліджень здоров'я та харчування, як ВООЗ, Центру контролю та профілактики захворювань (ЦКПЗ) а також Міжнародного дослідницького інституту з харчування (IFPRI) однією з основних сучасних проблем в харчування людей є надмірне споживання оброблених продуктів та шкідливих інгредієнтів: висока кількість готових продуктів, які продаються у супермаркетах, містять велику кількість цукру, солі, насичених жирів та інших шкідливих інгредієнтів. Їхнє надмірне споживання може призводити до розвитку ожиріння, діабету, серцево-судинних захворювань та інших хвороб. Сьогодні все більше людей звертає увагу на здорове або дієтичне харчування та натуральність продуктів з яких приготовлена страва. Тому, багато виробників звертають увагу на склад своїх інгредієнтів, намагаючись збільшити кількість натуральних інгредієнтів. Аналіз технологічних властивостей сучасних заміників цукру в харчовій промисловості є важливою темою, оскільки споживачі все більше звертають увагу на здоров'я (усі представники мають глікемічний індекс 0) та харчові продукти з меншим вмістом цукру (таблиця 1).

Таблиця 1 – Аналіз технологічних властивостей сучасних заміників цукру

Сплєнда (сукралоза)	Цей заміник цукру отримується шляхом заміни атомів водню та хлору в молекулі цукру. Його солодкість майже 600 разів більша за цукор, і він практично не містить калорій
Стевія (продукти її переробки)	Природний заміник цукру отримується з листя рослини стевія. Він солодкий природний продукт, який може бути навіть солодшим за цукор (кратність - 350 разів, калорій 0)
Ерітрітол	Отримують заміник цукру шляхом ферментації вуглеводів пшеничного або кукурудзяного борошна, тому його вважають частково натуральним; належить до сімейства цукрових спиртів, які багаті фруктами і овочами, такими як виноград, кавун, гриби; має приємний солодкий смак (кратність -70, калорій -0) і не впливає на рівень цукру у крові

Нами розроблені технології фруктових начинок які ми пропонуємо застосовувати в меню закладів ресторанного господарства, які спеціалізуються на дієтичному та здоровому харчуванні і мають зростаючу популярність в сучасному світі, наприклад кафе здорового харчування.

Висновки. Сучасні заміники цукру – це альтернатива цукру, яка може допомогти знизити калорійність раціону та ризик розвитку деяких захворювань.

Література

1. Quality rating of desserts based on fruit and berry raw materials / I. Koretska, O. Kuzmin, V. Polyovyyk, L. Deinychenko, G. Berezova, N. Stukalska // Ukrainian Journal of Food Science. – 2021. – № 9 (1). – pp. 71–87.

15. Удосконалення концентрованої основи для напоїв на основі рослинної сировини для використання у закладі ресторанного господарства

Степан Кузьма, Зоряна Романова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В закладах ресторанного господарства концентровані основи відіграють важливу роль у приготуванні смачних і освіжаючих напоїв. Рослинна сировина служить джерелом природних комплексів екстрактивних речовин, у тому числі біологічно активних (БАР). Саме тому кожна рослина тією чи іншою мірою може проявляти біокорегуючу дію, що підтримує рівновагу в організмі за рахунок позитивного впливу на роботу життєво важливих систем. Застосування концентрованих основ є актуальним, бо їх використання є економічним, тому що спрощується приготування напоїв, економиться час, скорочуються втрати сировини.

Матеріали і методи. Як об'єкт дослідження були обрані плоди : пряно-ароматична сировина: чебрець, дудник, імбир, лимон. Якість безалкогольних напоїв оцінювали органолептично і за фізико-хімічними показниками, до яких відносять кислотність, вміст сухих та екстрактивних речовин, загальний вміст фенольних сполук. Вміст фенольних речовин в водно-цукрових та спиртових плодово-ягідних екстрактах визначали з використанням модифікованого метода Фолину-Чеколтеу [2].

Результати. Перед отриманням екстракту сировину подрібнювали до часток розміром 3-5 мм. Експериментальні дані отримували з використанням вологості сировини. Закономірності відтворювались у кожному з рівнозначних дослідів, а для об'єктивності ступеня вірогідності отриманих даних проводили математичну обробку результатів дослідження. Екстракцію біологічно активних речовин сировини проводили у цукровому сиропі з масовою часткою сухих речовин 62%. Екстракт отримували шляхом внесення свіжого подрібненого імбиру, чебрецю і дягилю у 62% попередньо зварений цукровий сироп [1]. Використовували мікрохвильовий спосіб екстракції біологічно активних речовин (БАР) з рослин цукровим сиропом. Була проведена дегустаційна оцінка сенсорного профілю напоїв з 5 купажів сиропів з різним масовим вмістом сиропів кожного компонента. Для цього кожний зразок купажованого концентрату змішували з дистильованою водою у співвідношенні 1: 9.

Висновки. За органолептичними та фізико-хімічними показниками зразка купажу встановлено раціональний варіант кількісних співвідношень у композиції купажу цукрових сиропів з екстрактами рослинної сировини: «імбир: чебрець: дягиль: лимонний сік», як 40:30:10:10. Запропоновано рецептуру концентрованої основи безалкогольного напою з використанням біопотенціалу дослідженої рослинної сировини.

Проведено органолептичну оцінку напою, приготовленого з виробленого купажного напівфабрикату. Концентровані основи можуть бути використані для приготування коктейлів, соків, лимонадів та інших напоїв.

Література

1. Унгурян Л.М., Рожковский Я.В, Образенко М.С. Микроволновой способ экстракции биологически активных веществ (БАВ) из растительного сырья сахарным сиропом) Downloads/684-Article%20Text-1220-1-10- 2019 pdf.

2. Сайт ISO. URL: Державна фармакопея України / Державне підприємство «Науково-експертний фармакопейний центр». 2-е вид. Доп. 2. Харків: РІГЕР, 2019. 620 с. (дата звернення 20.12.2023).

16. Удосконалення технології дієтичних грибних паштетів

Артем Дегтяр¹, Наталія Ющенко¹, Наталія Фролова¹, Роман Михайлич²

¹ – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

² – ТОВ «Шльосем Україна»

Вступ. Удосконалення технології грибних паштетів для дієтичного харчування є перспективним напрямом розширення асортименту функціональних продуктів, що не лише задовольняють смакові пристрасті, але й мають корисний вплив на здоров'я.

Актуальність проблеми. Питання порушення структури та незбалансованість раціону харчування на сьогодні залишається невирішеним, зокрема щодо дефіциту повноцінного білка та недостатнього надходження біологічно активних речовин у засвоюваних формах. Одним із шляхів подолання цієї проблеми є розширення можливостей використання грибної сировини високої поживної цінності у технологіях харчової продукції, зокрема паштетів для дієтичного харчування.

Матеріали та методи. Аналітично-пошукові дослідження перспективних напрямів удосконалення технології грибних паштетів для дієтичного харчування.

Результати досліджень. На сьогодні більшість наукових досліджень спрямована на розробку рецептур м'ясо-грибних паштетів, у той же час паштети на грибній основі представлені обмежено, в основному із використанням печериць. У той же час сьогодні Україна має потенціал для культивування різних видів грибів.

Перспективним у цьому напрямі є використання гливи королівської (*Pleurotus eryngii*), що має велике плодове тіло із вмістом сухих речовин від 8 до 25%. Загальна кількість вуглеводів – до 10% від сирової маси, з них: 4,6% харчових волокон, 4,1% нерозчинних, 0,8% розчинних полісахаридів та 0,5% хітину. Вміст протеїнів – від 25 до 45% (від сухої речовини), причому білок *Pleurotus eryngii* є повноцінним та легкозасвоюваним. Окрім того, *Pleurotus eryngii* містить у своєму складі ловастатин, що запобігає нагромадженню ліпопротеїнів низької щільності в крові та плеурин, що має імуномодуючі, протипухлинні, антибактеріальні, протівірусні, протигрибкові, протизапальні властивості.

Позитивний ефект *Pleurotus eryngii* може бути підсилений сумісним використанням з грибами, лікувальні властивості та оздоровчу дію яких визнано у всьому світі – шіїтаке (*Lentinula edodes*), маїтаке (*Grifola frondosa*), кордицепс (*Cordyceps*) та їжовик гребінчастий *Hericium erinaceus* (Bull.) Pers. Використання цих грибів у вигляді порошків чи сухих екстрактів дозволить не тільки максимально ефективно використовувати сировину, збагатити продукти комплексом біологічно активних речовин, а й забезпечить зниження вмісту вологи та отримання пластичної консистенції нових видів грибних паштетів за рахунок високого вмісту глюканів.

Висновки. Грибні паштети, створені на лікувально-профілактичному напрямку, можуть стати важливим елементом раціону харчування, задовольняючи потреби споживачів у корисних, функціональних продуктах. Їхня популярність зростає в контексті збалансованого харчування, зростаючого інтересу до вегетаріанської та веганської дієти, а також підвищеного попиту на природні та екологічно чисті продукти.

Література

1. Малопоширені овочеві рослини та гриби: навчальний посібник. – 2-е вид. допов. і перероб. / О.В. Хареба, О.І. Улянич, В.В. Хареба, З.І. Ковтунюк, І.І. Бандура, Н.В. Воробйова, О.М. Цизь, В.В. Яценко. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2021. 256с.

17. Порівняльна характеристика супів, залежно від виду бульйону

Евеліна Борисова, Володимир Захаров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для приготування вегетеріанських супів використовують воду, відвари або соки, наприклад, томатний. Томатний сік або томати, мають широке використання серед світового різноманіття супів, наприклад: іспанський гаспачо, турецький сочевичний суп, харчо по-мегрельськи, японський том ям та інші. Співвідношення у кількості води та соку, при приготуванні супів, може вплинути на його кінцеві органолептичні та фізико-хімічні характеристики. Тому, дослідження характеристик супу при різних співвідношеннях інгредієнтів є актуальним [1].

Матеріали та методи. Для дослідження було обрано два зразки супів пюри на основі одного інгредієнту сочевиці, але з різним вмістом томатного соку та води. Перший зразок №1 містив 150 г соку та 500 г води, у зразку №2 було 500 г соку і 150 г води. Вирішено провести фізико-хімічні аналізи кожного зразку у лабораторії Національного університету харчових технологій, кафедри ресторанної та аюрведичної продукції, за такими показниками, як вміст сухих речовин, окисно-відновний потенціал, кислотність та густина. Обладнання, якими користувалися це рефрактометр, рН-метр та ОВП-метри. З метою подальшого порівняння показників контролювалась та вимірювалась температура зразків під час кожного дослідження.

Результати і обговорення. Отримані результати досліджень зразків наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Отримані результати досліджень

Зразок	Густина	Температура, за якої проводилися аналізи	ОВП, окисно- відновний потенціал	Кислотність	Сухі речовини
Зразок №1	1,346	14,0	+65	6,43	9,25
Зразок №2	1,450	14,6	+73	5,64	8,50

Змінивши, кількість закладки усіх складників, спостерігаємо за змінами у хімічному складі. Кислотність зменшилася із 6,43 до 5,64. Вміст сухих речовин зменшився порівняно з першим, із 9,25 до 8,50, відповідно. Густина і окисно-відновний потенціал зросли, відповідно, з 1,346 до 1,450 та з 65 до 73. Знаючи, що ОВП показник зріс, стверджуємо, що стабільність продукту і його термін зберігання – зменшився, про що і свідчить збільшений показник. Органолептичні показники залишилися відносно схожими, беручи до уваги колір, зовнішній вигляд, консистенцію. Смак і запах другого зразку були більше вираженими ніж у першому.

Висновки. Було проведено порівняльне дослідження фізико-хімічного складу та органолептичних показників супів з різною кількістю томатного соку та води. За результатами було встановлено, що зразок з більшою концентрацією соку, більш нестабільний при зберіганні, про що свідчить збільшений показник ОВП. За органолептичними показниками зразок 2 має більш виражені смак і запах.

Література

1. Чижевська Л.А., Польовик В.В., Корецька І.Л. Удосконалення технології супів із використанням рослинної сировини / Вісник Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія Технічні науки. – 2020 – №4 – С. 33-41.

18. Розробка та впровадження системи управління якістю у команду кухарів

Евеліна Борисова, Володимир Захаров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Впровадження систем управління якістю (СУЯ) є затребуваною складовою на сучасному ресторанному ринку України. СУЯ це не лише документ, що контролює діяльність закладу, а й робить заклад більш конкурентоспроможним, забезпечуючи високу якість продукції, що там безпосередньо виробляється.

Матеріали та методи. Для організації щодо впровадження систем по управління якістю продукції застосовують згідно ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT). В ньому зазначають найбільш коректні методи щодо здійснення управління з покращення якості, це: моніторинг, вимірювання, , аналізування та оцінювання та відповідні показники дієвості їх застосування [1].

Обговорення і результати. Для покращення роботи і підняття якості працівників кухні, найбільш вдалим рішенням, було прийнято розробити елементи СУЯ, щоб підвищити рівень надання послуг, виготовлення продукції в закладі ресторанного господарства (рис. 1). Головними критеріями підвищення якості став розподіл зобов'язань між працівниками у найбільш коректний спосіб, а саме ґрунтуючись на їхніх професійних навичках, освітньому ступеню та особистісними критеріям. Щоб у подальшому виконанні їхніх посадових обов'язків забезпечити економії як трудових так і матеріальних ресурсів працівників і самого підприємства.

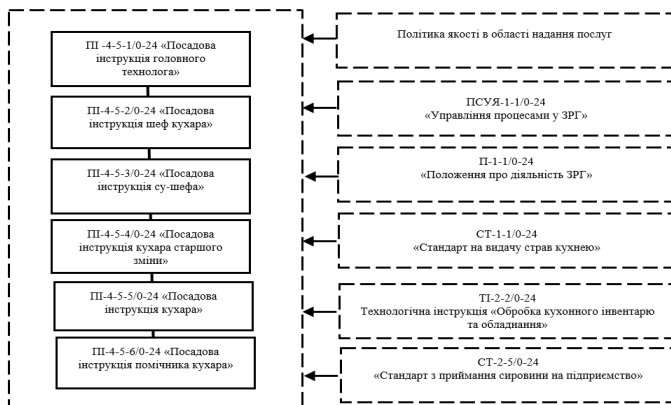


Рисунок 1 – Структура СУЯ для підрозділу працівників кухні ЗРГ

Висновок. Розроблені та впроваджені документи щодо системи управління якістю на виробництві та їх дотримання підвищують рівень праці серед працівників з подальшим їхнім розвитком професійних навичок та підвищення їх повноважень. Щодо продукції виготовленої закладом, вона підвищує свої шанси на можливий у подальшому розвиток серед потенційних гостей даного ринку. Отже, уся вироблена продукція має кращу якість та більші шанси на попит потенційних гостей.

Література

1. ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT) Системи управління якістю. Чинний від 2016-07-01. Вид. офіц. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 30 с.

19. Перспективи використання курячої печінки для приготування салатів

Світлана Войтешенко, Володимир Захаров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Пріоритетним напрямком розвитку закладів ресторанного господарства є створення інноваційних та нових видів продукції з поліпшеними споживчими властивостями.

Матеріали і методи. Печінка запропонована як інгредієнт, що підвищить органолептичну оцінку і поживну цінність страви. Для дослідження було обрано салат «Вальдорфський». Фрукти у салаті нададуть солодкості печінці і візьмуть на себе її ароматичні властивості, не погіршуючи поживної цінності. Для доведення гіпотези, експертною комісією було проведено органолептичний аналіз і порівняння хімічного складу обох страв.

Результати. Органолептичний аналіз класичної страви та інноваційної проводився сімома експертами за такими показниками: зовнішній вигляд, колір, консистенція, запах і смак. Оцінювання здійснювалося за 10-ти бальною шкалою (рис. 1).

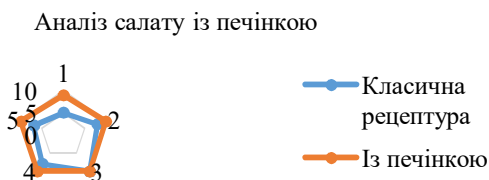


Рисунок 1 – Органолептична оцінка:

1 – зовнішній вигляд; 2 – консистенція; 3 – колір; 4 – запах; 5 – смак

Було проведено відсотковий аналіз добового забезпечення стосовно жінок і чоловіків групи 18-29 років розумової праці. По білках салат із печінкою задовольняє на 42,89% чоловіків і 56,25% жінок. По жирах задовольняє на – 23,9% для чоловіків і 31,23% для жінок. По вуглеводах – 7,88% для чоловіків і 9,2% для жінок. По енергетичній цінності задовольняє добові потреби на 17,22% для чоловіків і на 21,1% для жінок.

По мінеральним речовинам: Калій – 25,76% для чоловіків і 33,68 для жінок; Магній – 20,13% для чоловіків і 16,1% для жінок; Фосфор – 41,06% і для чоловіків і для жінок; Ферум – 180,6% і 159,4%. Тобто, вміст Феруму в даній кількості печінки перевищує добові потреби.

По Вітамінам: Тіамін – 55,56% і 68,38%; Рибофлавін – 162,4% і 203%; Нікотинова кислота – 74,87% і 102,9%. Тобто, рибофлавін, і нікотинова кислота перевищує добові потреби як для чоловіків, так і для жінок.

Висновки. Було підкреслено цінність курячої печінки, яка є потужним джерелом найважливіших макро- і мікроелементів, вітамінів. Додавання курячої печінки до салату "Вальдорфський" дозволило у значній мірі збільшити вміст нутрієнтів, а саме: білків (у 10 разів), жирів (у два рази); фосфору (у 5 разів); по Феруму інноваційна страва задовольняє добові потреби (збільшено у 20 разів); вітаміну А, Вітамінів В₁, В₂, РР.

20. Обґрунтування розроблення смузі «Яблучно-бананового» з використанням мигдального молока та цитрусового пектину

Анна Патюта, Володимир Захаров

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Останнім часом спостерігається значне зростання інтересу гостей закладів ресторанного господарств до змішаних напоїв на основі овочевих і фруктових інгредієнтів. Це явище спричинило перетворення даного сектору в одну з найдинамічніше зростаючих галузей харчової промисловості у світі.

Матеріали і методи. Аналіз літературних джерел, власні дослідження - органолептичні, фізико-хімічні та математичні розрахунки.

Результати. Аналіз наукових досліджень свідчить про значне розмаїття рецептів смузі, які збагачують організм цінними нутрієнтами. Проте, естетичні та смакові якості не завжди відповідають очікуванням споживачів. Включення нетрадиційних інгредієнтів може стати ключовим фактором у покращенні органолептичних характеристик цих напоїв.

Базовим зразком для дослідження було обрано технологію «Яблучно-бананового смузі», що складається з води, яблука та бананів. Смузі виглядає як пюреподібна, не апетитна маса світло-коричневого кольору. Смак і запах відповідають інгредієнтам. Консистенція неоднорідна, трапляються шматочки яблука. Смузі «Яблучно-бананове» має гарні інгредієнти. Але головними проблемами є хімічний склад, а саме брак білків та жирів також його зовнішній вигляд і розшарування води і подрібнених фруктів. Щоб збалансувати напій було обране мигдальне молоко, а для стабілізації дисперсної системи-цитрусовий пектин.

Мигдальне молоко, порівняно з традиційним коров'ячим, має деякі переваги, що робить його привабливим варіантом для використання в смузі. У нього низька калорійність, мало жиру і холестерину, а також багатий вміст рослинних білків, жирні кислот і вітамінів. Крім того, мигдальне молоко має ніжний, молочно-горіхових смак, що чудово поєднується з інгредієнтами.

Цитрусовий пектин- природний загусник, що може використовуватися для досягнення бажаної консистенції та її стабілізації. Крім того, він має інші корисні властивості.

Оскільки мигдальне молоко і цитрусовий пектин будуть використовуватися в одному продукті, було проведено дослідження властивостей модельних систем за різного співвідношення цих інгредієнтів, а також їх вплив на готову продукцію. Результати досліджень вказують на те, що використання 5% та 3% цитрусового пектину не відповідає вимогам для досягнення потрібної консистенції смузі. При 5% концентрації напій стає непридатним для вживання, а при 3% концентрації він витікає дуже повільно, що не зручно для майбутніх споживачів. Найкращий результат спостерігається при використанні лише 1% концентрації, що забезпечує смузі гарну консистенцію і легкість пиття. Також було проведено дослідження щодо седиментаційної здатності, яке підтвердило, що смузі з пектином є стабільними системами і не розділяються.

Висновок. Було проведено органолептичні та фізико-хімічні дослідження смузі «Яблучно-бананового» з використанням мигдального молока та цитрусового пектину. За всіма показниками якості найкращим виявився смузі з 1% пектину. Він має гарну консистенцію, смак та запах. Зовнішній вигляд смузі є відповідним інгредієнтам та набагато кращим контрольного зразка.

21. The role of PR in the restaurant business: impact and opportunities

Oleh Kuzmin¹, Volodymyr Polovyk¹, Oleksandra Niemirich¹,
Bohdan Mykhailov², Oksana Yavorska³, Olena Bulakh⁴

1 – National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

2 – Institute of Postgraduate Education of the National University of Food Technologies

3 – Swiss Federal Institute of Technology in Lausanne,

École polytechnique fédérale de Lausanne, Lausanne, Switzerland

4 – Public organization “Association of restaurateurs and hoteliers of Dnipro”

Introduction. Modern restaurant business is a highly competitive field where the success of a restaurant establishment is determined not only by the concept and quality of dishes but also by its image and influence on the public. In a world where consumers increasingly pay attention to quality, health, and social responsibility of businesses, having an effective PR strategy is crucial.

Materials and Methods. This study conducted an analytical review of the prospects of PR in the restaurant business.

Results and discussion. The modern restaurant business faces various challenges, such as changes in consumer preferences, increased competition, technological advancements, and demands for healthy eating and sustainable development. The use of PR can help restaurants address these challenges and interact effectively with their audience to achieve success in the contemporary business environment. The aim of this study is to explore the main aspects of PR usage and its role in the restaurant business.

PR plays an important role in the development of the restaurant business, helping to create and maintain a positive image of the establishment, increase its visibility, and attractiveness to consumers [1], attract their attention, and provide a pleasant dining experience. Additionally, PR allows attracting media attention, influencing public opinion, and creating favorable conditions for the development of the restaurant business. This includes analyzing customer feedback on social media, reactions to events, and changes in the number of orders. The main aspects of using PR in the restaurant business include organizing events and promotions, interacting with the media, and effectively using social media through communication with the public and the media [1]. To achieve success, it is important to develop a targeted PR strategy that takes into account the characteristics of the audience and the competitive environment.

A crucial part of a successful PR strategy is analyzing and considering customer feedback on social media, reactions to events, and changes in the number of orders, allowing to determine the effectiveness of each of the strategies used. A positive restaurant image, provided by PR, contributes not only to attracting customer attention but also to building consumer trust, effective crisis management, and developing partnerships with various stakeholders.

Conclusion. All these aspects emphasize the importance of studying and improving PR strategies for the restaurant business, as well as continuous monitoring of audience reactions and adaptation of strategies to changes in society and market conditions. The information obtained through monitoring will allow restaurants to determine the effectiveness of each PR strategy and make necessary adjustments to their activities.

References

1. Nyqvist F., Lundgren-Henriksson E.-L. From servant to survivor: multimodal public service media narratives and restaurant industry identity during the COVID-19 pandemic. *Journal of Organizational Change Management*. 2023. 36(8). pp. 1-28.

22. Вплив додавання інноваційної рослинної сировини на якість борошняних кондитерських виробів

Олександр Богдан, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Після початку повномасштабної війни люди почали все частіше стикатися з негативним впливом важких металів. Для усунення негативного впливу важких металів пропонується провести удосконалення борошняних кондитерських виробів (БКВ) за допомогою додавання цитрусового пектину та гарбузового порошку.

Матеріали і методи. Предметом дослідження є БКВ, а саме «Галети спортивні» та «Галети з цитрусовим пектином та гарбузовим порошком». В роботі були використані методи визначення ступеню намокання та масової частки вологості

Результати. Дослідження залежності рівня намокання від доданої кількості гарбузового порошку та цитрусового пектину показали, що при збільшенні вмісту добавки рівень здатності до намокання зменшується в порівнянні з контрольним зразком, (рис. 1, а). Це пояснюється вищим вмістом клітковини в гарбузовій целюлозі, ніж в пшеничному борошні [1, 2]. Підвищення вологозв'язувальної здатності гарбузової целюлози пояснювалося вивільненням бічних полярних груп білка, ділянок волокон, які мали гідрофільні властивості та розчинних молекул.

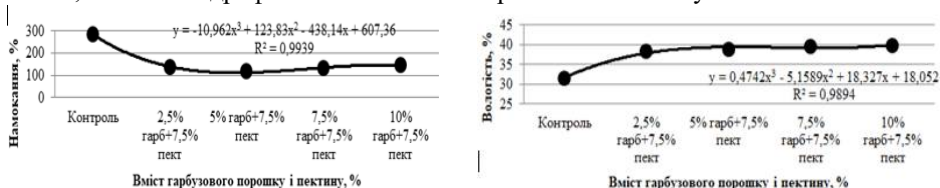


Рис. 1 – Залежність показника намокання (а) та вологості (б) при збільшенні концентрації цитрусового пектину

Як і у випадку з показником намокання, підвищений вміст клітковини в гарбузовому порошку в порівнянні з пшеничним борошном пояснює також і підвищення вологості готового виробу при додаванні інноваційної сировини (рис. 1, б). З результатів дослідження випливає закономірність, за якою вологість готового виробу збільшується пропорційно до збільшення вмісту добавки. Даний показник, при додаванні інноваційної сировини, перевищує показники вологості контролю, що дозволить запобігти передчасному черствінню готового виробу.

Висновок. Внесення до рецептурного складу 7,5 % цитрусового пектину та 2,5 % гарбузового порошку є найбільш оптимальним, оскільки призводить до зменшення здатності готового виробу до намокання, що робить його більш стійким до змін органолептичних показників та термінів придатності.

Література

1. Jurgita K., Jariene E., Danilcenko H., Černiauskienė J., Wawrzyniak A., Hamulka J., Juknevičienė E. (2014) Chemical composition of pumpkin (*Cucurbita maxima* D.) flesh flours used for food, *Journal of Food Agriculture and Environment*, 12(3), pp. 61- 64.
2. Qiao B., Jiménez-Ángeles F., Nguyen T. D., Olvera de la Cruz M. (2019) Water follows polar and nonpolar protein surface domains, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(39), pp. 19274-19281.

23. Перспектива використання функціональних продуктів для приготування десертів

Софія Боровко, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для підтримання оптимальних показників здоров'я в сучасних умовах життя, може бути недостатньо споживання самих лише традиційних продуктів, необхідно також споживати функціональні продукти харчування.

Функціональними є харчові продукти, які призначені для систематичного вживання у складі звичайних раціонів, які окрім високих нутритивних та споживних властивостей мають здатність позитивно впливати на ті чи інші функції організму завдяки вмісту в їх складі фізіологічних функціональних інгредієнтів, що зберігають і покращують здоров'я та знижують ризик розвитку пов'язаних з харчуванням хвороб [1].

Матеріали і методи. Проведено аналіз літературних джерел щодо важливості вживання функціональних продуктів харчування при сучасному способі життя, а також перспективи використання інуліну для приготування десертів.

Результати. Ключовими завданнями функціональних продуктів є: компенсація нестачі БАР в організмі, підтримка здорової мікрофлори травної системи, зниження ризиків різноманітних захворювань і т.д. Важливим є те, що ФП не можна випускати у формі капсул, таблеток, розчинів або інших лікарських формах.

До основних категорій функціональних інгредієнтів харчових продуктів належать: вітаміни, мінеральні речовини, глікозиди та ізопреноїди, поліненасичені жирні кислоти, харчові волокна (клітковина, дієтичні, рослинні, грубі, баластні речовини), олігосахариди, стійкі крохмалі, амінокислоти, пептиди, які проявляють фізіологічну активність, окремі ферменти, антиоксиданти, пробіотики [2].

Інулін – це органічний полісахарид, фруктан, що міститься у кореневій системі родин айстрових, та деяких інших рослин, він є запасною речовиною. Це солодкий на смак полімер, що має вигляд порошку або кристалів, він, як і більшість вуглеводів, легко розчиняється у гарячій воді.

У харчовій промисловості інулін застосовують для поліпшення текстури та смакових якостей знежирених продуктів, оскільки інулін, при з'єднанні з молекулами води утворює креманий гель, таким чином імітуючи кремову консистенцію жирних продуктів. Саме тому ця властивість є дуже корисною при виготовленні дієтичних десертів. Крім того його можна використовувати як загусник при виробництві морозива, мусів, кремів, надаючи їм більшу стабільність. Інулін має солодкість 10, що складає 10% від солодкості сахарози і калорійність 1,5 ккал на 1г продукту. Саме тому його можна використовувати як природний цукрозамінник у дієтичних десертах.

Опираючись на вище наведені особливості інуліну, нами було використано його як жирозамінник і підсолоджувач при виробництві веган лимонного мусу. У результаті вдалося створити низькалорійний десерт з високим вмістом харчових волокон. При споживанні даного десерту добова потреба в білках була задоволена на 2,43%, жирах – 0,9%, вуглеводах – 8,1%, харчових волокнах – 89,08%, енергетичній цінності на 5,85%. Добова потреба в кальцію була задоволена на 6,34%, а у вітаміні С на 15,14%.

Висновки. Використання функціональної речовини з високим вмістом харчових волокон – інуліну при виробництві десертів допоможе знизити кількість жирів і цукру в ньому, зробивши його дієтичним та надасть створити більш ніжну і кремову консистенцію для веган мусу.

24. Дослідження реологічних властивостей гідробіотичних добавок як стабілізаторів дисперсних систем рибного фаршу

Анастасія Грицкевич, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Актуальною задачею сьогодення є пошук нових стабілізаторів та емульгаторів, які не тільки виконують свої технологічні функції в емульсійних системах, але й додатково збагачують їх біологічно активними речовинами та збільшують їх поживний вміст.

Матеріали і методи. Дослідження реологічних властивостей добавок: порошку ламінарії та гідролізату рибного колагену. Емульсійні системи отримували на лабораторному емульсифікаторі з частотою обертання робочих органів 50 об./с, введенням рафінованої соняшникової олії до продуктів переробки гідробіотів, попередньо розчинених у дистильованій воді.

Результати. Визначено, що добавка ламінарії проявляє найбільшу емульгуючу здатність у діапазоні концентрацій 3-5%, для яких точка інверсії фаз знаходиться в межах 18,5-21,5 об'ємних одиниць. Цей діапазон відповідає концентрації жирової фази приблизно 40-60% жиру в системі. Варто зазначити, що основну роль в утворенні емульсії в цих системах відіграють не поверхнево-активні речовини, присутні у складі ламінарії а полісахариди, які містяться у водоростях [1]. В результаті полісахариди цих водоростей значно підвищують в'язкість дисперсійного середовища, ефективно утримуючи жирову фазу. Це спостереження підкреслює потенційне використання цих полісахаридів як загусників і стабілізаторів.

Було науково доведено, що емульгуюча здатність гідролізату колагену в 1,5-2,5 рази вища порівняно зі зразком порошкової добавки ламінарії. Цю істотну різницю можна пояснити наявністю білків, вільних амінокислот і пептидів у гідролізатах колагену.

Слід зазначити, що емульгуюча здатність демонструє поступове збільшення в діапазоні концентрації колагену 1,0-4,0%. Проте він досягає свого максимуму (38,7-41,6 об'ємних одиниць), коли концентрація колагену становить 4,0-8,0%. За межами цього діапазону концентрацій емульгуюча здатність знижується внаслідок конкурентної адсорбції білків на межі фазового розподілу. Крім того, висока в'язкість систем і утворення гелів з еластично-пластичними властивостями при концентраціях 8,0-10,0% ускладнюють процес емульгування.

Висновки. Визначено діапазон концентрацій обраних та досліджуваних добавок гідробіотів, який відповідає найвищій мірі емульгуючої здатності, відомої як точка інверсії фази. Для добавки порошку ламінарії він склав 3-5%.

Визначена підвищена емульгуюча здатність добавки гідролізату рибного колагену порівняно з порошком ламінарії. Установлено, що максимальна емульгуюча здатність добавки колагену з риби відповідає концентрації 4-8%.

Література

1. Yimin Qin. Seaweed Hydrocolloids as Thickening, Gelling, and Emulsifying Agents in Functional Food Products. *Bioactive Seaweeds for Food Applications*. 2018. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128133125000078?via%3Dihub>)

25. Аналіз структури «сервісу» в системі ЗРГ

Михайло Винниченко, Володимир Польовик, Ганна Березова
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У тлумачному українському словнику визначення поняття «сервіс» ґрунтується на визначенні поняття «обслуговування», тобто обслуговування населення, забезпечення його побутових потреб.

Матеріали і методи. Предмет дослідження – комплексний підхід системи сервісу в роботі ЗРГ, що проявляється через сучасні трактування «сервісу»:

- ✓ як будь якої діяльності, яку одна сторона може запропонувати іншій без заволодіння останньою;
- ✓ як діяльність, пов'язану із виробництвом послуги з метою продажу (товару чи послуги) і спрямовану на задоволення потреб споживачів;
- ✓ як складову товару, яку можна представити як послугу чи обслуговування.

Результат. Розглядаючи сучасну систему сервісу виробництва ресторану, як цілісну систему, варто виділити три взаємопов'язані та взаємодоповнювані підсистеми, дії яких породжує конкретні наслідки на іншу, та піддається управлінню і кожна з них може бути використана як аналітичний інструмент для перегляду можливих факторів. Аналіз проводили за допомогою діаграми Ісікави (рис. 1).

1. Сервіс системи забезпечення виробництва – та, яка забезпечує ефективне і якісне здійснення виробничого процесу всіма необхідними ресурсами (якісні продукти, електроенергія, вода, інвентар, посуд тощо);

2. Сервіс виробничої системи, ціллю якої є здійснення безпосереднього виробничого процесу, тобто створення продукції, послуги чи роботи (устаткування, оформлення);

3. Сервіс обслуговування, яка інтегрується через дві попередні шляхом задоволення потреб і вимог виробничої системи на основі раціонального організування забезпечення виробництва, вона є ключовою і зв'язувальною ланкою між двома попередніми системами (привабливість, упаковка, тощо).

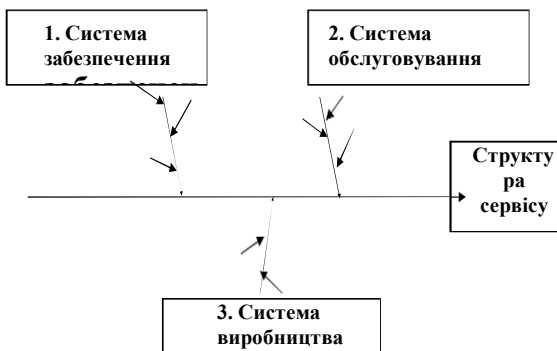


Рисунок 1 – Причино-наслідкова діаграма формування сервісу (діаграма Ісікави)

Висновок. Таким чином сутність структури сервісу в ресторанній індустрії можна розглядати з різних точок зору: як різновид матеріальних та не матеріальних складових, що об'єднані у цілісну систему, яка формує загальну складову. Розробка, удосконалення та впровадження новацій сервісу на всіх етапах дає можливість забезпечити високі показники діяльності підприємства в забезпеченні фінансової стабільності.

26. Сучасні прийоми подавання коктейлів в умовах закладів ресторанного господарства

Анна Максимюк¹, Олена Павлюченко¹, Олександр Сабіров²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Університет митної справи та фінансів, Дніпро, Україна

Вступ. Серед сучасних трендів ресторанного господарства все більше уваги приділяється прийомам подавання кулінарної продукції та напоїв, які здатні зацікавити постійного та привабити потенційного споживача до закладу.

Матеріали і методи. У роботі використано методи системного аналізу, синтезу, порівняння та логічного узагальнення. Досліджено флеймінг істивного декору коктейлю як перспективний прийом подавання коктейлів в умовах закладів ресторанного господарства.

Результати та обговорення. Одним з популярних, найкрасивіших і ефектніших прийомів подачі коктейлів за барною стійкою вважається «флеймінг істивного декору коктейлю».

«Флеймінг істивного декору коктейлю» (рис. 1) передбачає приготування, оформлення коктейлю з подальшим підпалюванням декору, який знаходиться на його поверхні в присутності замовника.



Рисунок 1 – Приклади зовнішнього вигляду «Флеймінгу істивного декору коктейлю»

Використовують алкогольні напої, міцність яких – не нижче 40 % об. Частіше за все використовують коньяк, бренді чи віскі. Рідше – ром, джин або горілка.

В якості істивного декору у флеймінгу використовують різні види фруктів і ягід, зокрема, полуниця, банани, ананаси, абрикоси, персики, яблука. Проте найкраще за все підходять цитрусові (лайм, лимон, апельсин) та маракуя, адже вони мають тверду шкірочку, яка добре витримує високі температури та сприяє триманню форми декору після підпалювання.

Для попередньої підготовки декору інгредієнти миють, нарізають, злегка обпалюють з обох боків і посипають цукром. Далі декор розміщують на поверхні коктейлю, збризкують алкогольним напоєм і підпалюють. Як тільки вогонь вигорить фрукти і ягоди можна споживати.

Флеймінг фруктів і ягід надає найтоншої підсмаженої, золотистої скоринки і витонченого аромату істивному декору. Завдяки ефектності часто цей прийом використовують не так з кулінарною метою, як для яскравої презентації. Цей прийом подавання коктейлів вносить різноманітність в обслуговування гостей за барною стійкою, дає видовищний ефект шоу.

Висновок. Ввести флеймінг у практику будь-якого закладу ресторанне господарство доволі просто, оскільки кожний бар/ресторан вже має потрібні інгредієнти та інвентар: міцний алкогольний напій, паяльник кондитерський (фламбуючий пістолет).

27 – Антиоксидантна здатність водно-спиртових настоїв фундука

**Олег Кузьмін¹, Марія Омельченко¹, Андрій Маринін¹,
Олександр Литовченко², Олена Булах³**

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Інститут садівництва НААН України, Київ, Україна

3 – ГО «Асоціація Рестораторів та Готельєрів м. Дніпро», Дніпро, Україна

Вступ. З розвитком сучасних харчових технологій, увага до антиоксидантних властивостей плодів ліщини (фундука) значно зросла. Фундук відомий високим вмістом біологічно активних сполук – поліфенолів, які володіють антиоксидантною здатністю, що може бути вагомим чинником у розробці інноваційної продукції з підвищеними функціональними властивостями.

Матеріали і методи. Антиоксидантну здатність водно-спиртових настоїв (ВСН) фундука (шкірка, шрот, олія, паста) визначали методом редоксметрії та рН-метрії [1].

Результати. У цьому контексті важливо вивчити антиоксидантну здатність ВСН з продуктів переробки фундука та встановити їх потенціал для використання у ресторанних технологіях.

Величина антиоксидантної здатності ВСН з продуктів переробки фундука: активна кислотність (рН) з максимальним значенням 8,07 од. рН для ВСН з олії у порівнянні з мінімальним числом для ВСН зі шкірки 7,19 од. рН, при цьому ВСН з пасти – 7,72 од. рН, ВСН зі шроту – 7,33 од. рН. Фактичне значення окисно-відновного потенціалу ($E_{h_{act}}$) ВСН: мінімальне значення – 12 мВ для ВСН з олії для порівняння з максимальним значенням для ВСН зі шкірки $E_{h_{act}} = 46$ мВ, при цьому ВСН з пасти $E_{h_{act}} = 43$ мВ, ВСН зі шроту $E_{h_{act}} = 44$ мВ. Значення мінімального теоретичного значення ОВП ($E_{h_{min}}$) з найнижчим показником ВСН з олії – 163,06 мВ у порівнянні з максимальним значенням для ВСН зі шкірки $E_{h_{min}} = 200,02$ мВ; значення ВСН з пасти $E_{h_{min}} = 177,76$ мВ; ВСН зі шроту $E_{h_{min}} = 194,14$ мВ. Відновна здатність ВСН (енергія відновлення – RE_{inf}) мінімально становить 134,76 мВ для пасти, щодо максимального 154,02 мВ – для ВСН зі шкірки; значення ВСН з олії $RE_{inf} = 151,06$ мВ; ВСН зі шроту $RE_{inf} = 150,14$ мВ. Мінімальне значення енергії відновлення рослинної сировини щодо розчинника $RE_{plant} = 89,12$ мВ характерно для пасти; максимальне значення енергії відновлення RE_{plant} досягла 108,38 мВ для шкірки; значення $RE_{plant} = 105,42$ мВ для олії; $RE_{plant} = 104,50$ мВ для шроту.

Зміна антиоксидантної здатності фундука може бути результатом різниці у складі продуктів його переробки, умов переробки та інших факторів, що впливають на його хімічний склад та властивості. Олія та паста фундука містять токоферолі та каротиноїди; шкірка та шрот містять флавоноїди, таніни, антоціани, що мають антиоксидантний потенціал, який захищає клітини від ураження вільними радикалами та запобігає окисненню ліпідів.

Висновки. Перспективи застосування ВСН фундука з підвищеною антиоксидантною здатністю у ресторанних технологіях: соуси і маринади для м'ясних, рибних страв; солодкі страви; напівфабрикати (топінги, просочки, промочки); гарячі напої (глінтвейни, пунши); коктейлі; аперитиви для стимулювання апетиту перед основними стравами.

Література

1. Shevchenko O., Kuzmin O., Melnyk O., Khareba V., Frolova N., Polyovyyk V. Antioxidant properties of water-alcohol infusions of tea-herbal compositions based on yerba mate. Ukrainian Food Journal. 2022. 11(3). pp. 403-415.

28. Впровадження альтернативних джерел солодкого смаку у технології борошняних кондитерських виробів

Єгор Шматков, Ірина Силка, Олександра Неміріч

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Загальносвітова тенденція збільшення кількості хворих на серцево-судинні та ендокринні захворювання в тому числі й ожиріння стала рушійною силою розробки продуктів функціонального харчування зі зниженою калорійністю.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є борошняний кондитерський виріб – мафін спеціального призначення. Реалізацію викладених задач даної роботи проводили за допомогою сучасних методів дослідження, щодо відповідності виготовлених мафінів вимогам ДСТУ 4505:2005 «Кекси. Загальні технічні умови».

Результати і обговорення. Оскільки цукор, як рафінований харчовий продукт, набув негативних відгуків серед прихильників здорового харчування, то його вилучено з базової рецептури зразків мафінів. Провівши аналіз сучасних підсолоджувачів та цукрозамінників, особливої уваги було приділено еритролу [1].

Еритрол (еритритол) – це натуральний підсолоджувач із групи поліолів, які за хімічною структурою подібні до цукрових спиртів. Молекула еритролу містить залишки цукру та спирту. Вперше ця речовина була отримана британським хіміком Джоном Стенхаусом в 1848 р. Його англійська назва *erythritol*. Речовина є кристалічним порошком без різкого запаху, з «ментоловим» присмаком. Еритритол був зареєстрований як харчова добавка в ЄС у 2008 р. під кодом E968.

Очевидно, що технологічні особливості нетрадиційної сировини здійснюють суттєвий вплив на процес замішування та характеристики тіста. Вилучення цукру з рецептури досліджуваних зразків мафінів, потребує адекватної взаємозаміни інгредієнта з такою ж кількістю сухих речовин. Додавання порошку еритролу призводить до підвищення в'язкості тіста. При проведенні пробних випікань, було виявлено, що при збільшенні концентрації вищезгаданого інгредієнта посилюється гіркувато-ментоловий присмак. У результаті було прийнято рішення підвищити поживну цінність та структурні показники якості готового виробу за рахунок внесення фруктових порошоків ківі та манго.

Використання фруктових порошоків ківі та манго у поєднанні з еритролом у виробництві мафінів є доцільним з огляду збагачення продукту біологічно активними компонентами, вітамінно-мінеральними комплексами та розширення асортименту продукції з низьким глікемічним індексом.

Висновки. Проблема надмірної енергетичної цінності набуває особливої актуальності при виробництві борошняних кондитерських виробів, які користуються високим попитом серед споживачів. Необхідність виконання подальших досліджень обґрунтована пошуком способу подальшого зниження енергетичної цінності досліджуваних виробів високої поживної цінності. Результати проведених досліджень показали перспективність використання еритролу на заміну цукру в рецептурі мафінів.

Література

1. G.J. denHartog, A.W. Boots, A. Adam-Perrot, F. Brouns, I.W. Verkooijen, A.R. Weseler, G.R. Haenen, A. Bast Erythritol is a sweet antioxidant Nutrition, 26 (4) (2021), pp. 449-458

29. Розробка технології кондитерських виробів на основі пшонаного та кукурудзяного борошна для безглютенової дієти

Микола Станжицький, Ірина Силка, Аліна Наконечна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нажаль, у наш час спостерігається тенденція до збільшення числа захворювань, пов'язаних з порушенням обміну речовин і алергією на компоненти їжі, що зумовлене спадковістю, погіршенням навколишнього середовища, неправильним харчуванням.

Матеріали та методи. Об'єкт дослідження – технологія пісочного напівфабрикату. Методи дослідження – органолептичні та фізико-хімічні, відповідно до нормативних документів. Експериментально-статистичні методи обробки отриманих результатів виконані з використанням сучасних приладів і комп'ютерних технологій.

Результати і обговорення. За даними Всесвітньої асоціації гастроентерологів, на целиакію страждає близько 1% населення нашої планети. Це захворювання пов'язане з непереносимістю глютену, який міститься в крупах і продуктах їх переробки. Целиакія – це розлад, який пошкоджує тонкий кишечник і ускладнює проникнення поживних харчових речовини з їжі в кров. Профілактика та лікування цього захворювання полягає, перш за все, у дотриманні спеціальних безглютенових або безбілкових дієт. Збільшення хворих на целиакію сприяє розробці безглютенової продукції, зокрема борошняних кондитерських виробів [1].

Після ознайомлення з особливостями та специфікою дієти без глютену пшеничне борошно було повністю замінено пшонаним, кукурудзяним та рисовим у рівному масовому співвідношенні. Дана комбінація має більшу поживну цінність та забезпечує високу органолептичну оцінку.

Аналіз літературних джерел показав доцільність внесення псиліума (лушпиння насіння подорожника) [2]. Завдяки своїм унікальним абсорбуючим властивостям він, при додаванні рідини, перетворюється на желеподібну масу, яка скріплює тісто і робить його еластичним.

Використання безглютенового борошна у комбінації з псиліумом при виробництві пісочного напівфабрикату є доцільним оскільки сприяє збагаченню продукту біологічно активними речовинами, вітамінно- мінеральним комплексами та розширенню асортименту продукції для людей кому потрібно обмежити або вилучити глютен з раціону харчування.

Висновок. Досліджувані зразки напівфабрикату пісочного потребують подальшого визначення фізико-хімічних показників якості, вивчення біологічної цінності білків, що входять до складу інгредієнтів. Безглютенова дієта людей хворих на целиакію дуже обмежена. Часто її призначають щоб встановити наявність чи відсутність даної хвороби, яка й досі ще вивчається. Тому перспектива розширення безглютенової продукції актуальна.

Література

1. Розширення асортименту кондитерських виробів у закладах ресторанного господарства / І.Силка, М. Гулевата, В. Целюх, П. Гаврильченко. // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". – 2021. – №2. – С. 96–100.
2. Hilal Bilgic, Ilkay Sensoy Effect of psyllium and cellulose fiber addition on the structure and the starch digestibility of bread and crackers Food Structure, 35 (2023), p. 100302

30. Мерчендайзинг, як засіб просування продукції у ЗРГ

Дарія Опанасенко, Володимир Польовик, Раїса Матюшенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мерчендайзинг – мистецтво демонстрації товарів, представлення їх у найкращі та вигідніші позиції для покупців. Головна мета – організація простору та позиціонування «товару» таким чином, щоб він сам себе рекламував та продавав, і як наслідок залишався задоволеним сам споживач пропонуєваних товарів.

Методи. Сучасна торгівля у ресторанному бізнесі не можлива без знань психології споживачів. І тому все активніше використовують засади мерчендайзингу. Основна мета його застосування – збільшення обсягу продажів. Головний метод досягати цієї мети – показати продукцію гостям закладу, свідомо вплинути на його вибір, підвести його до рішення спробувати більше різноманітних страв та напоїв.

Результати обговорення. Використання різних методів мерчендайзингу у закладах ресторанного господарства дозволяє найбільш вдало представити власну продукцію, і як наслідок підвищити її ефективну діяльність. Найбільш потужними сучасними «інструментами», що використовуються у ресторанному бізнесі є:

Фактори, що формують привабливість продукції (виробничі):

- ✓ Зовнішній вигляд та оформлення страв та напоїв;
- ✓ Використання яскравої кольорової палітри, в тому числі упаковки;
- ✓ Смакові оригінальні «відтінки» страв та напоїв, процес приготування;
- ✓ Інновації у технології.

Фактори, що впливають на поведінку гостей ресторану (сприятлива атмосфера торгівельної зали):

- ✓ Оформлення торгівельної зали;
- ✓ Освітлення, музичний супровід, організація караоке, оформлення вітрин;
- ✓ Аромамаркетинг – застосування ароматизаторів для насичення залу запахами;
- ✓ Застосування семплінгу – елемент мерчендайзингу що надає можливість отримати зразки фірмових страв, кондитерських виробів, сувенірної продукції;
- ✓ POS-матеріали – рекламні матеріали безпосередньо на місці продажу, що рекламують страви та послуги за принципом «вже і зараз»;
- ✓ Меню, яке повинно віддзеркалювати ідеї, стиль та ринкову позицію закладу;
- ✓ Ресторанний сервіс – що охоплює сервірування столу та техніку обслуговування гостей, предмети сервірування та естетику оформлення страв.

Окрім наведених факторів впливу на поведінку споживача, немаловажне значення має цінова політика на продукцію що реалізується на підприємствах ресторанного господарства. Від цього залежать особливості організації мерчендайзингової діяльності, а саме: технології, методи, комплекси заходів мерчендайзингу на просування продукції власного виробництва.

Висновок. Таким чином, мерчендайзинг у ресторанному бізнесі – сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на сенсорні «рецептори» відвідувача, формують його психологічний стан до «покупки» та в цілому лояльне ставлення до закладу. Врахування тонкощів впливу на думку споживача і використання «нових» методів мерчендайзингу дає можливість реалізувати «продукцію», при цьому задовольнити найвибагливішого споживача «саме тут і зараз». Саме такі «підходи» у просуванні продукту допоможуть підприємствам галузі бути більш ефективним та конкурентоспроможним на ринку.

31. Мигдальне молоко у молочних супах як альтернатива коров'ячого

Денис Перекос, Зоряна Романова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зростання зацікавлення до здорового харчування та альтернативних дієтичних рішень є важливим явищем. Дослідження використання мигдального молока як заміни коров'ячого в молочних супах може бути цікавим напрямком. Вегетаріанці та особи з дієтичними обмеженнями можуть знайти в мигдальному молоці додатковий варіант для збалансованого харчування. Це може сприяти покращенню їх дієти, забезпечуючи вітаміни, мінерали та інші корисні речовини.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані звичайні рецепти молочних супів, але замість коров'ячого молока використовувалося мигдальне молоко (таблиця 1). Процес приготування, інгредієнти та специфіка приготування були однаковими для всіх супів.

Результати. Результати дослідження показали, що мигдальне молоко може бути ефективною альтернативою коров'ячому молоку в молочних супах. Супи, приготовані з мигдальним молоком, мали приємний смак та консистенцію, що сприяло їх прийняттю серед вегетаріанців та осіб з непереносимістю лактози. За смаковими характеристиками не поступались молочним, лише щодо консистенції (рис. 1).

Таблиця 1 – Рецепт солодкого молочного супу

Найменування сировини	Маса,г		Технологічні вимоги до якості сировини
	1 порція		
	брутто	нетто	
Мигдальне молоко	150	150	ДСТУ 7357:2013
Цукор	5	5	ДСТУ 4623:2006
Масло вершкове	10	10	ДСТУ 4399:2005
Макарони	37	37	ДСТУ 7043:2020
Вихід		165	



Рисунок 1 – Порівняння органолептичних показників страв

Висновок. Дослідженнями підтверджено, що використання мигдального молока в молочних супах може бути вдалим рішенням для осіб, які не споживають коров'яче молоко з різних причин. Розширення варіації харчових продуктів для вегетаріанців та людей, які дотримуються дієти без лактози, є важливим. Додаткові дослідження допоможуть підтвердити користь та можливі обмеження цього підходу до готування страв.

Література

1. Здобнов А.І., Циганенко В.А. Збірник рецептур страв і кулінарних виробів. [Електронний ресурс]: Код доступу: <https://bookree.org/?file=716512&pg=33> (Дата звернення. 10.03.2023 р.)

32. Харчові волокна – як складова харчування

Микита Шкурко, Раїса Матюшенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Рослинну їжу у харчуванні людини переоцінити неможливо. Якщо людина має погане самопочуття, має проблеми з травленням, це може свідчити про те, що організм отримує недостатню кількість клітковини.

Матеріали і методи. Клітковина є незамінною складовою організму людини. Вона забезпечує виведення токсинів та нормальне функціонування організму. Національний інститут здоров'я США дев'ять років вивчав харчові звички населення. Дослідження показали, що рівень смертності людей які постійно вживали клітковину, був на 22% нижчим, а ніж серед тих, хто вживав мінімальну їх кількість

Результат. В Україні вчені медики, дієтологи, спеціалісти галузі харчування вважають, що «здоровий кишечник – здоровий організм» і основою цього є правильне харчування яке в свою чергу спонукає здоровий імунітет. А так як вважає медицина, то 70% імунітету формується в кишечнику. Серед функцій імунітету – збереження сталості внутрішнього середовища організму і захист від вірусів бактерій, інфекційних захворювань. Щоб запобігти цьому, в першу чергу звертають увагу на харчування тобто, яку їжу споживає людина. Нестача харчових волокон погіршує його мікрофлору, що призводить до змін у роботі шлунково-кишкового тракту та всього організму. Харчові волокна – це «їжа» для корисних мікроорганізмів кишечника які підтримують необхідний склад мікрофлори, без якої організм людини не може нормально існувати. Вони необхідні для функціонування печінки, жовчного міхура, підшлункової залози; беруть участь у видаленні з організму багатьох продуктів обміну речовини. Нестача харчових волокон сприяє появі дисбактеріозу, зниження функцій імунної системи, ожиріння, діабету, розвитком серцево-судинних захворювань, жовчнокам'яної хвороби, деяких онкологічних захворювань.

Як показують аналітичні дослідження, найважливішими джерелами харчових волокон є продукти рослинного походження. Харчові волокна – це складні вуглеводи, які не насичують організм енергією, але мають важливі функції. Вони існують розчинні та нерозчинні. Розчинні волокна містяться у овочах, фруктах, бобових-це пектин, геміцелюлоза, камеді – мають сорбційний ефект та сприяють зниженню холестерину та глюкози в крові; виводять токсичні речовина – свинець, ртуть, цинк; нерозчинні у зернових продуктах – це клітковина, целюлоза які добре утримують воду та покращують травлення. Серед харчових волокон є сильні сорбенти, так лігнін захоплює та виводить з організму різні токсини: патогенні бактерії, холестерин. Лактулоза, не розчиняється у воді але розщеплюється ферментами корисної мікрофлори кишечника, є для неї «їжею» і відновлює фізіологічний ритм кишечника. Надходження харчових волокон до організму повинно бути не менше 20-25 г на добу. Максимум – 40 г. Безумовно продукти багаті на харчові волокна показані тим хто хоче схуднути. З метою поповнення дефіциту споживання харчових волокон ресторани збагачують ними продукцію, випікають хліб із висівками та цільного зерна. При виборі продукту слід враховувати абсолютний вміст харчових волокон в 100 грамах і його енергетичну цінність. Продукти які мають найбільший вміст харчових волокон у 100 г: висівки – 44 г; насіння льону – 27 г; гриби – 25 г; ягоди шипшини – 22 г; курага – 18 г; жито – 16 г; мигдаль – 15 г; хліб цільнозерновий – 8,8 г.

Висновки. Харчові волокна – необхідний компонент в раціоні сучасної людини, яка веде активний спосіб життя і прагне до здорового харчування.

33. Харчування школярів взимку

Вероніка Косяк, Раїса Матюшенко, Володимир Польовик

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нова українська школа – це та в якій буде приємно навчатись і яка даватиме учням не тільки знання та уміння застосовувати їх у повсякденному житті, а і піклується про здоров'я. Тут поважають думку школярів, вчать критично мислити, не бояться висловлювати власну думку, бути відповідальними громадянами.

Матеріали і методи Так само, як дорослі, діти проходять етапи фізичного та психологічного зростання. Вони мають такі ж основні потреби як і дорослі. Їм потрібен кисень, їжа, активність, сон. Відповідно теорії американського філософа українського походження А. Маслоу для життя потрібно щоб були задоволені фізіологічні потреби першого рівня. Серед яких однією з перших є потреба у їжі.

Результат. Те, що споживають діти нашої країни, впливає не тільки на їх фізичне здоров'я, а й на емоційне, інтелектуальне та соціальне благополуччя. Відповідно науки «сервісологія» не задовольнивши первинну потребу в їжі, людина залишається голодною, в такому стані вона не буде думати ні про щось інше. В неї псується настрій, вона стає дратівливою, нервовою і в цьому випадку навряд чи будуть думки про заняття. Такий стан може привести до негативних наслідків і навпаки, смачна їжа спонукає до приємних емоцій, гарного настрою і натхнення. Вона є джерелом енергії, сили, інтелекту, забезпечує нормальний розвиток і життєдіяльність. Отже, потребою, яку треба задовольняти передусім є потреба у їжі.

Харчування передбачає, що в організм регулярно в потрібній кількості та в оптимальних співвідношеннях надходять усі необхідні поживні речовини – білки, жири, вуглеводи, вода, мінеральні речовини, вітаміни, харчові волокна (клітковина). Але кількісне надходження поживних речовин багато в чому залежить від пори року.

Харчування дітей шкільного віку взимку вимагає особливої уваги. В цю пору року, організм потребує збалансованого харчування з достатньою кількістю вітамінів, мінералів і корисних речовин щоб впоратися з сезоном застудних захворювань і зміцнити імунітет. Холодна пора року впливає на фізичне і психологічне здоров'я школярів.

Зміни які відбуваються в організмі взимку в наслідок зниження температури:

Підвищення рівня цукру в крові, що може сприяти появі діабету; зниження імунітету через зменшення вітамінів; погіршення психоемоційного стану на який впливає і короткий світловий день. Ці фактори спричиняють хронічну втому, слабкість і депресивний стан, через нестачу сонячного світла; нестача вологи в організмі – через холод і вологу може споживатися недостатня кількість рідини.

Рацион харчування взимку повинен включати їжу, багату на вітаміни А, Е, С, D для захисту організму від вірусів та інфекцій; продукти які багаті на білки, жири та вуглеводи, а також що містять жирні кислоти для підтримки енергії та профілактики серцево-судинних захворювань; продукти з клітковиною – свіжі овочі і фрукти.

Джерелом білків є молочні та м'ясні продукти, бобові, яйця. Корисні жири є в горіхах, авокадо, жирних сортах риби, оливковій олії. Вуглеводи надходитимуть із злакових – вівсянки, гречки, рису, овочів, фруктів і ягід.

Висновок. Здорове харчування – це те, без чого неможливо сформувати здорове освітнє середовище в Новій українській школі. Адже одна з її цілей: долучити учнів до здорового способу життя; забезпечивши їх їжею та напоями, які відповідають сучасним принципам здорового харчування, також сформувати культуру харчування та набути навиків правильних харчових звичок.

34. Особливості використання етнічного українського посуду

Ганна Журавльова, Людмила Мамченко, Ганна Березова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Українських рестораторів завжди приваблювали автентичні українські концепти. Один з них – використання українського етнічного посуду, який часто має прості, але елегантні форми, що відображаються в традиційних посудинах, тарілках, мисках тощо.

Результати. Одним з характерних матеріалів є глина, яка використовується для виготовлення глиняного посуду, такого як глечики, горщики (рис. 1). Глиняні вироби мають декілька переваг, що робить їх дуже популярними серед майстрів та споживачів.

Глина – це натуральний матеріал, що робить глиняний посуд безпечним для здоров'я та екологічно чистим. Глиняні вироби добре зберігають тепло, що дозволяє тримати їжу теплою протягом тривалого часу, дозволяють застосовувати різноманітні техніки декорування, такі як розпис, вишивка, витинанка, що робить кожен виріб унікальним та особливим. Глиняні посудини можуть прослужити дуже довго при правильному догляді.



Рисунок 1 – Глиняний посуд

Історичні корені української кераміки йдуть ще з Трипілля. На даний момент існує кілька загальноприйнятих видів кераміки: косівська, петриківська, гаварецька та молочна. Глиняний посуд зберігає традиційні декоративні елементи та орнаменти, які відображають багату історію та культуру України.

В сучасній інтерпретації майстри та дизайнери вдало поєднують традиційні методи виготовлення з новими матеріалами, такими як кераміка, скло, метал. Це додає виробам особливого шарму та створює зв'язок з минулим. Сучасні майстри розробляють нові дизайни та форми, експериментуючи з традиційними техніками та візерунками. Це дозволяє створювати унікальні та інноваційні вироби, які привертають увагу як українських, так і зарубіжних споживачів. Український бренд кераміки «Мох» заснував майстер Євген Бебешко з Івано-Франківська, київська гончарна майстерня «Восьма Комора» поставляє керамічний посуд в українські ресторани під замовлення, вироби Ольги Хасаншин («Yaglyna») відомі в Чикаго та Сінгапурі, майстри Олекса і Олеся Майстренко виготовляють посуд обмеженим тиражем; посуд бренду «Pretty Plate» виготовлений вручну; «Велика Богаїха» презентує чорний мінімалізм; «Покутська кераміка» виготовляє тарілки у формі листя дерев.

Висновки. Український етнічний посуд – це не просто предмети для подачі страв, вони є важливим елементом української культури та історії. Вони відображають багату спадщину та унікальність українського народу.

35. Інновація «адаптаційні зміни» як фактор конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства

Дар'я Лантух, Володимир Польовик, Олена Павлюченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкурентоспроможність будь-якого закладу ресторанного господарства сьогодні в більшій мірі залежить від інноваційної діяльності.

Матеріали і методи. Проведено аналітичний огляд сучасних джерел інформації щодо пошуку шляхів зростання конкурентоспроможності закладу в сучасних умовах функціонування ринку ресторанного господарства.

Результати та обговорення. Адаптаційні зміни як інновація включає в себе ряд стратегій та підходів, спрямованих на адаптацію до змінних умов ринку та потреб споживачів, серед яких основними є:

- ✓ Цифрова трансформація. Передбачає впровадження інформаційних технологій для оптимізації управління, замовлення та обслуговування споживачів, це може включати мобільні додатки для замовлення їжі, онлайн-бронювання столиків, програми лояльності тощо. Як результат споживачі отримують більш зручний та ефективний спосіб отримання послуг чи товарів.

- ✓ Розширення маркетингових каналів. Використання соціальних медіа, електронної комерції та інших цифрових платформ для просування ресторану, привертання нових гостей до нього. При цьому споживач отримує більше можливостей для замовлення їжі, отримання інформації та взаємодії з рестораном, що в результаті підвищує задоволеність споживачів та залучає нових клієнтів.

- ✓ Гнучкість у меню та обслуговуванні. Включає адаптацію меню до поточних тенденцій у харчуванні, включаючи здорове харчування, вегетаріанство, веганство, безглютенові, безлактозне та інші спеціалізовані дієти. Введення у закладі гнучких опцій обслуговування, таких як самообслуговування або доставка їжі в офіси та додому. Як результат, у споживачів формується думка про різноманітний асортимент страв, який відповідає їхнім уподобанням, потребам та дієтам.

- ✓ Сталість та екологічність. Передбачає зосередження на сталому виробництві, використанні локальних інгредієнтів, утилізації відходів та зменшенні впливу на довкілля може привернути споживачів, які цінують екологічно чисті продукти та підтримують сталу гастрономію.

- ✓ Розвиток спільноти та взаємодія з клієнтами. Передбачає створення спеціальних подій, кулінарних майстер-класів, різноманітних тематичних вечірок або громадський заходів може створити унікальний досвід для клієнтів та збільшити лояльність побудові спільноти людей, які цінують гастрономічні враження та культуру.

- ✓ Гнучкість у виробництві та постачанні. Включає постійну оцінку та адаптацію ланцюга постачання для забезпечення якості та доступності інгредієнтів, а також швидка реакція на зміни у цінах та умовах постачання. Це дає можливість ресторанам ефективно управляти своїми ресурсами та забезпечувати високу якість страв для клієнтів.

Висновки. Таким чином, інноваційні рішення управління в діяльності ресторанів можуть значно покращити рівень їх конкурентоспроможності, вдосконалити принципи і методи управління, підвищити якість ресторанної продукції та послуг.

36. Технологічні аспекти виробництва салатних заправок на олії

Ірина Корецька, Артем Карпінський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Салатні заправки на основі олій є популярними і необхідними компонентами сучасної кулінарії. Однак, їх рецептури та технологічні параметри виробництва часто базуються на емпіричних даних, без належного наукового обґрунтування.

Матеріали і методи. Метою нашого дослідження було систематичне вивчення впливу різних складових та технологічних параметрів на якість салатних заправок приготовлених на олії. Під час роботи було використано методи аналізу й синтезу, системного підходу [1].

Результати. Між салатом і стравою особливої різниці немає, оскільки, подані на початку обіду, вони відіграють роль закуски, а в меню сніданку чи вечері можуть бути основним стравою. У рамках дослідження ми провели аналіз різноманітних олій (наприклад, оливкової, соняшникової, ріпакової тощо) та їх вплив на смакові, текстурні та консерваційні властивості салатних заправок.

Одним із ключових результатів нашого дослідження є те, що тип і якість використаної олії має значний вплив на смак і консистенцію салатної заправки. Проведений аналіз хімічного складу рослинних олій показав, що використання екстравергін оливкової олії може надати заправці більш насичений смак, а також покращити її корисні властивості завдяки вмісту здорових жирів та антиоксидантів.

При споживанні салатів для дієтичної дієти, відмічено сприятливий вплив страв для зниження ваги, тривалість та якість життя. Серед основних переваг можна відзначити:

- Зниження ризику розвитку багатьох небезпечних захворювань: цукровий діабет, гіпертонія та інші проблеми, пов'язані з серцево-судинною системою, хвороба Альцгеймера і навіть деякі види раку;

- Підтримка стабільної та здорової маси тіла;
- Наявність необхідних людині мінералів, вітамінів та антиоксидантів;
- Підвищення тривалості життя та активності навіть у похилому віці;
- Уповільнення старіння;
- Зниження рівня холестерину у крові;
- Благотворний вплив на шкіру.

Крім того, нами встановлено оптимальні співвідношення складових для досягнення бажаної текстури та консистенції салатної заправки. Наприклад, додавання емульгаторів, таких як мед або горіхова паста, може допомогти зберегти стабільність емульсії та покращити розподіл смакових компонентів.

Висновки. Наше дослідження підтвердило важливість наукового обґрунтування рецептур та технологічних параметрів виробництва салатних заправок на олії для забезпечення високої якості та смакових характеристик продукту.

Література

1. Корецька І., Масліков М., Кочерга Я., Бондаренко О. Розроблення системи управління безпечністю виробництва дієтичного харчування згідно принципів НАССР у закладах ресторанного господарства. В журн. «SWorldJourna» № 23 (23-01), с 92–103.

37. Альтернативні технології бездріжджових булочних виробів

Олександра Неміріч, Олег Кузьмін, Нікіта Заболотний

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зростаючий інтерес суспільства до здорового способу життя та збалансованого харчування потребує новаторських підходів у харчовій галузі. При цьому бездріжджові булочні вироби здобули значної популярності завдяки своїй простоті у виробництві та зберіганні, а також високій смаковій якості і харчовій цінності. Проте, їх виробництво може бути складним завданням, оскільки відсутність біологічного розпушувача – дріжджів вимагає специфічного підходу до рецептури та технологічних параметрів.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження були – пюре буряку, солод житній ферментований, без дріжджові булочні вироби з житнього борошна з даними інгредієнтами. Методи дослідження – органолептичні, фізико-хімічні та розрахункові.

Результати і обговорення. Для створення високоякісного булочного виробу було використано пшеничне борошно вищого ґатунку, житнє борошно обдирне, вода, буряк столовий (пюре – рис. 1, б), ферментований житній солод (рис. 1, а), вода. Також було розроблено закваску спонтанного бродіння на основі пшеничного борошна та меду. Ця закваска має значний потенціал для поліпшення якісних характеристик бездріжджових виробів, складається з натуральних інгредієнтів. Вона сприяє утворенню специфічного смаку та аромату, що відрізняє запропоновані бездріжджові вироби (рис. 1, в та г) від традиційних дріжджових. Було розраховано харчову і енергетичну цінності, визначено вміст золи, вологості та кислотності виробів – таблиця 1.

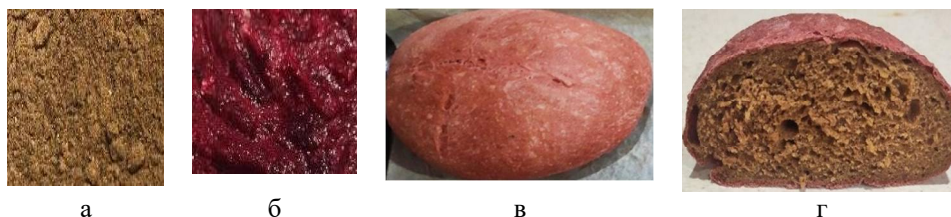


Рисунок 1 – Ферментований солод, пюре з гарбуза та вигляд булочного виробу на медовій заквасці з даними інгредієнтами

Таблиця 1 – Харчова цінність (г/100 г) та фізико-хімічні показники якості бурякового булочного виробу на заквасці спонтанного бродіння

Білки	Жири	Вуглеводи	Зола	Енергетична цінність, ккал	МЧ вологи, %	Кислотність, град	Пористість, %
6,75	1,10	48,50	3,35	231	40,3	4,3	54

Висновки. В результаті проведених досліджень було розроблено високоякісний булочний виріб, що характеризується збалансованим складом, насиченим корисними пробіотиками та клітковиною. Використання бездріжджової технології сприяє зниженню глікемічного індексу продукту та полегшенню процесу перетравлення. Також важливо відзначити його відмінну сумісність з різними дієтами, оскільки він не містить традиційних дріжджів, що робить його привабливим для різних груп споживачів. Ці характеристики підтверджують високий стандарт якості та функціональності розробленого продукту, відзначаючи його як інноваційний та високоцінний булочний виріб на ринку.

38. Сучасні інноваційні ресторанны тренди

Аліна Шелестюк, Володимир Польовик, Ірина Корецька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Прогрес будь-якої країни відбувається за рахунок розвитку науки. Саме впровадження інноваційних технологій та ідей призводить до економічного зростання та розвитку будь-якого бізнесу, та як результат його фінансової стабільності.

Матеріали і методи. В роботі використані аналітичні методи. Сучасні інновації якими користуються заклади ресторанного господарства[1]:

- маркетингові: керування процесом бронювання on-line;
- продуктові: застосування інноваційних технологій, патентування нових страв;
- організаційні: нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мереж закладів нових закладів харчування, планування нових концепцій;
- ресурсні: пошук нових ресурсів для розвитку підприємств

Результати. Проаналізовано та розглянуто інноваційну діяльність закладів ресторанного господарства, що активно розвивається і входить в сучасне життя пересічного споживача. Найбільш впливовими є:

Використання можливостей Інтернету. Сьогодні дана послуга використовується доволі широко в закладах ресторанного господарства. При цьому можна деталізувати час, кількість персон, бронювання столику, передзамовлення. Популярними з надання подібних послуг є сервіси Stolik.ua, Eatsmart.ua та ін.

Меню на вітринах та при вході в ресторан. Вільний доступ до меню полегшує роботу персоналу у закладах харчування. Відвідувачі мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.

Оригінальна концепція закладу. Заклади з незвичайною тематикою, які відрізняються від типових ресторанів та кафе. Їх особливістю є специфічне оформлення, яке відповідає певній тематиці, а також меню, що підкреслює концепт.

Аудіо-візуальні дисплеї. Органічне вбудовування в стіни, шафи та столи не лише слугує оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й робить інтер'єр більш динамічним та технологічним.

Наявність wi-fi. Сьогодні все частіше як додаткова безкоштовна послуга. Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку.

QR-коди і наявність електронного меню. QR-код – це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути online меню, де вказані всі позиції, що є в наявності.

Креативна подача страв. Для того, щоб дивувати споживачів шеф-кухарі вигадують нові способи оформлення замовлень та подачі.

Висновки. Таким чином, впровадження інноваційних технологій у ресторанный сфері приводить до збільшення кількості відвідувачів, до розширення асортиментного ряду нової продукції включаючи способи виготовлення та подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність.

Література

1. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства // Економіка. Управління. Інновації. 2012. №2(8).

39. Сучасні напрями технологій солодких соусів

Анастасія Усенко, Людмила Мамченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розповсюдженість цукрового діабету актуалізує проблематику удосконалення дієти як відповідних хворих, так і застосування профілактичних заходів. Одним з ефективних шляхів є заміна сировини із значним вмістом цукру на альтернативні підсолоджувачі, наприклад стевію або широкий спектр фруктово-ягідної сировини.

Матеріали і методи. Проведено комплексний аналіз літературних джерел щодо складу сухого екстракту стевії та плодово-ягідної сировини, зокрема яблука, гарбуза, вишні та апельсину.

Результати. Зважаючи на широке використання у ресторанному господарстві солодких соусів, одним із перспективних напрямків є адаптація їх технологій до сучасних вимог до здорового харчування. У рамках дослідження розроблені нові технології соусів із заміною цукру на порошкоподібну стевію, а також плодово-ягідну сировину.

Враховано, що вживання стевії не впливає на рівень глюкози в крові, що конче важливо для людей з цукровим діабетом або проблемами з надмірною вагою [1]. Крім того, стевія відома своїми антибактеріальними властивостями [2], а тому сприяє тривалому зберіганню продуктів та зменшенню потреби у консервантах. При діабеті 2 типу стевія діє як стимулятор підшлункової залози. Крім того, застосування стевії впродовж тривалого терміну може зміцнювати імунітет та серцево-судинну систему, що робить її цінною для хворих на цукровий діабет 1 типу [2].

Гарбуз, яблуко, вишня та апельсин – це натуральна фруктово-ягідна сировина, яка містить комплекс вітамінів, мінералів, антиоксидантів та інших корисних речовин, необхідні для підтримання здоров'я організму. Також вона мають приємний смак і аромат, що робить їх чудовою складовою для соусів та десертів. Значна питома вага у зазначеній сировині харчових волокон сприяє нормалізації функціонування шлунково-кишкового тракту та зниженню рівня холестерину.

Висновки. За результатами дослідження досягнуте оптимальне співвідношення у солодких соусах інгредієнтів, яке дозволило досягти балансу смаку, аромату, індивідуальності та консистенції кожного з них. Соус «Румба» має тонкий запах кориці, свіжого яблука, збалансований кисло-солодкий смак, консистенція: без грудочок, колір яскраво червоний через вміст вишні. Соус «Самба» завдяки пектину, що міститься у гарбузі, має більш в'язку консистенцію, колір бордовий. Соус «Танго» за смаком схожий на глінтвейн через вміст апельсину та гвоздики, колір червоний. Гармонійна взаємодія компонентів у розроблених технологіях соусів забезпечує вираженість кожного з них, уникнення взаємного перекривання показників та задоволення потреби споживачів, які хворі на цукровий діабет.

Література

1. Непочатих Т. А., Гребенюкова Ю. О. Новий спосіб виробництва лікеру з додаванням стевії / Вісник НТУ "ХПІ". Сер. : Нові рішення в сучасних технологіях = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Ser. : New solutions in modern technology : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 45 (1321). – С. 186-191.
2. Лікувальні властивості трави стевія/Блог «Стевіасан» URL: <https://steviasun.com.ua/blog/lechebnye-svoystva-travy-steviya/> (дата звернення: 1.03.24).

40. Просування енергоефективності для відбудови України

Світлана Войтешенко, Ірина Корецька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Підвищення енергоефективності у галузі харчових технологій є важливими аспектами для відновлення та розвитку України. З огляду на енергетичні виклики та необхідність економії ресурсів, розвиток енергоефективних технологій стає актуальним завданням.

Матеріали та методи. Для досягнення поставленої мети було проведено аналіз сучасних технологій у сфері ресторанних технологій та невеликих харчових виробництв з огляду на їхню енергозалежність.

Результати. В результаті проведених аналітичних досліджень (таблиця 1) було визначено оптимальні шляхи підвищення енергоефективності, зокрема застосування новітніх технологій управління енергією та оптимізацію виробничих процесів.

Таблиця 1 – Підвищення енергоефективності

Шлях підвищення енергоефективності	Опис/з якою метою
Впровадження системи моніторингу та контролю енергоспоживання	З метою ідентифікації та усунення енергоефективних проблем
Застосування автоматизованих систем управління енергією	З метою зменшення витрат енергії
Впровадження енергозберігаючих технологій	Дозволяють зменшити споживання енергії без втрати продуктивності
Оптимізація теплових процесів	З метою зменшення теплових втрат та оптимізації енергоефективності
Вдосконалення ізоляції та ущільнення технологічних систем	Для зменшення втрат енергії
Використання природних та відновлюваних джерел енергії	Для зменшення залежності виробництва від традиційних джерел енергії

Аналіз використання сучасних технологій та спеціалізованого обладнання дозволив запропонувати рекомендації щодо підвищення кваліфікації викладацького складу для ефективної підготовки здобувачів з урахуванням сучасних вимог та тенденцій у галузі харчових технологій:

✓ включення до програм навчання актуальних тем, пов'язаних з інноваціями та використанням новітнього обладнання та інноваційних технологій у галузі харчових технологій;

✓ забезпечення навчальних програм практичними заняттями, лабораторними роботами та стажуваннями у відомих підприємствах харчової промисловості для отримання реального досвіду;

✓ включення в програми навчання дисциплін, присвячених енергоефективним технологіям та методам економії та управління енергією в харчових технологіях.

Висновки. Рекомендації щодо підвищення якості підготовки фахівців та постійного професійного розвитку викладацького складу мають великий потенціал для подальшого розвитку харчової промисловості країни та зменшення її енергетичної залежності.

Література

1. Trends and expected benefits of the breaking edge food technologies in 2021–2030. Ivanov V., Shevchenko O., Marynin A., Stabnikov V., Gubenia O., Stabnikova O., Shevchenko A., Gavva O., Saliuk A. (2021), Ukrainian Food Journal, 10(1), pp. 7-36.

41. Розроблення системи управління безпечністю на основі принципів НАССР виробництва начинок фруктових для кондитерських виробів

Іван Радченко, Ірина Силка, Олена Матияшук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасна кондитерська промисловість стикається з різноманітними викликами, зокрема, у питанні безпеки та якості продукції. Актуальність розробки системи управління якістю на основі принципів НАССР для виробництва фруктових начинок надзвичайно висока [1].

Матеріали та методи. Дослідження проводилися згідно основних принципів НАССР для комплексного аналізу та контролю над ризиками у виробництві фруктових начинок. Застосовувалися методи аналізу небезпечних чинників, ідентифікації критичних точок та встановлення контрольних заходів.

Результати і обговорення. Розробка та впровадження системи управління безпечністю має велике практичне значення в сфері ресторанного господарства. Зокрема, галузь надання ресторанних послуг, визначена як сфера, що задовольняє різноманітні потреби гостей, стикається з рядом викликів, і впровадження системи НАССР дозволяє ефективно відповідати вимогам сучасного законодавства, введеного в Україні [2].

Система НАССР, що ґрунтується на аналізі небезпечних чинників та контролі в критичних точках виробничого процесу, допомагає мінімізувати ризики, такі як біологічні, фізичні, хімічні та алергенні, що можуть виникнути в ході виробництва фруктових начинок.

У ході аналізу технології приготування даної продукції було встановлено 5 критичних контрольних точок (ККТ), що стосуються етапів виробництва продукції, зберігання сировини та готового продукту, дотримання персоналом правил особистої гігієни та карантинних вимог. Для кожної ККТ було встановлено граничну величину, процедуру моніторингу та коригувальну дію. Результати коригувальних дій заносяться до протоколів НАССР, які розробляються згідно діючої нормативної документації. Отримані результати свідчать про те, що впровадження цієї системи призводить до численних переваг: покращення якості та безпеки продукції, зменшення ризику харчових отруєнь та поліпшення репутації закладу.

Висновки. Розроблена система управління безпечністю, основана на принципах НАССР, не лише відповідає законодавчим вимогам, але й гарантує високу якість та безпеку фруктових начинок для кондитерських виробів. Аналіз отриманих даних свідчить про високий рівень ефективності системи, що підтверджує її суттєвий внесок у підвищення безпеки харчової продукції. Впровадження цієї системи покращить репутацію підприємства та забезпечить відповідність стандартам галузі.

Література

1. Brown, A. et al. "Implementation of HACCP in the Confectionery Industry." Journal of Food Safety, 2023.

2. Система моніторингу безпечності та якості приготування соусів-дресингів у закладах ресторанного господарства / Силка І.М., Кривчик М.А., Матияшук О.В., Ющенко Н.М., Павлюченко О.С. // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Технічні науки / Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського – 2023. – Том 34 (73) № 6. – С. 209-214.

42. Ефективність використання маринадів у підвищенні якості та смакових характеристик страв з птиці

Ольга Коваль, Назар Кліш

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогоднішні споживачі активно вибирають продукти харчування, які не лише задовольняють їхні потреби у білках, жирах, вуглеводах, вітамінах та мінералах, але й відповідають їхнім вимогам щодо смаку, якості та різноманітності. Напівфабрикати та страви з птиці виявляються особливо привабливими для споживачів, оскільки вони відповідають вимогам щодо вартості, поживної цінності та універсальності в кулінарному використанні.

Матеріали і методи. Проаналізовано літературні джерела щодо використання маринадів рослинного, тваринного походження з метою підвищення харчової цінності, покращення органолептичної оцінки страв з м'яса курей.

Результати та обговорення. Традиційний посол для м'ясних виробів – сухі суміші солі з подрібненими прянощами, такими як чорний, білий, червоний, духмяний перець, додаванням коріандру, мускатного горіху, кардамону, порошоків гірчиці, сухої зелені, часнику тощо. Для смаження і запікання м'ясо курки краще маринувати.

Новим напрямком, який може покращити якість готової страви з курей, є застосування маринадів. Маринади можна умовно розподілити на чотири групи за походженням: маринади на рослинній основі; на основі приправ; кисломолочних продуктів; інших ферментованих напоїв. Опубліковані результати досліджень показують, що важливими є наступні аспекти: правильний підбір інгредієнтів маринаду для конкретного виду м'яса, спосіб та умови маринування (час, температура, співвідношення м'яса та маринаду), вплив взаємодій між інгредієнтами в маринадах.

Виявлено майбутні тенденції цієї теми щодо впливу маринадів з додаванням натуральних компонентів на харчову цінність та біологічний потенціал маринованих м'ясних продуктів та страв з м'яса курки, у тому числі їх оздоровчі (функціональні) аспекти. Доцільно вивчити вплив різних типів маринадів на кисломолочній основі, ферментованих рослинних пивних напоях на органолептичні властивості, вихід, поживну цінність виробів з курячого м'яса. Кефір містить пробіотики, які можуть пригнічувати ріст різних шкідливих бактерій, включаючи *Salmonella*, *Helicobacter pylori* та *E. Coli*. Йогуртний маринад має корисні ефекти, розроблено передовий комплекс з 4 штамів бактерій (*L. Acidophilus* (NCFM®), *L. Paracasei* (Lpc -37), *B. Lactis* (Bi -07), *B. Lactis* (Bl -04)), показав ефективність у клінічних тестах. Пивний маринад містить кислоти, які можуть допомагати зберігати м'ясо свіжим та запобігати розвитку бактерій. Крім того, пиво містить антиоксиданти, які можуть допомагати знижувати вміст шкідливих речовин у м'ясі.

Висновок. Отже, використання маринадів може значно покращити якість та смакові характеристики страв з птиці через кілька механізмів. Перш за все, маринади можуть додати смакові нотки та аромати до м'яса, що робить його більш привабливим для споживачів. Крім того, маринади можуть підвищити ніжність, соковитість м'яса, покращити його органолептичні властивості. І, нарешті, маринади можуть також виконувати функцію натуральних консервантів, зберігаючи м'ясо і страви з нього свіжими.

43. Розширення асортименту страви «люля-кебаб»

Араїк Алексанян

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день люля-кебаб дуже відома страва усім. Її класична рецептура складається всього з 5 інгредієнтів: м'ясо баранини, курдючний жир, цибуля, перець та сіль. З популярністю страви постає питання і розширенню асортименту даної страви.

Матеріали і методи. Об'єктом дослідження є технологія страви «люля-кебаб». Досліджено різні типи сировини і харчова цінність м'яса баранини, курятини та філе сьомги.

Результати. Люля-кебаб – страва кухонь різних народів близького сходу у вигляді м'ясного фаршу нанизаного на шампур і засмаженого на вугіллі. Під різними назвами ця страва відома від Балкан до Ірану. Батьківщиною походження страви вважають Туреччину. Факти свідчать, що вже в ті давні часи, у другому столітті до нашої ери, турки на вугіллі готували жертвовного баранця. Традиційно дану страву готують з м'яса баранини, курдючного сала, цибулі, перцю та солі отримують фарш, який добре вимішують (близько 15 хвилин) до отримання в'язкої консистенції. Готовий фарш формують «котлетками» та нанизують на шампур. Обсмажують на мангалі, періодично перевертаючи. За традицією, люля-кебаб подають на лаваші, з кільцями цибулі, зелені, сумахом і смаженими на вугіллі помідорами. Дана страва дуже популярна та смачна, але що ж стосовно її різноманіття, то на сьогоднішній день, можна зустріти з будь-якого виду м'яса люля-кебаб. Чи потрібно це? Однозначно так, бо час не стоїть на місці, та контингент споживачів розширюється і разом з ним асортимент страв, таких як люля-кебаб.

Ми розглядатимемо харчову цінність основної сировини класичного люля-кебабу (з м'яса баранини), порівняно з м'ясом курятини та з філе сьомги. Баранина містить в собі жири – 4,2 г, білки – 20,5 г, вуглеводи – 0,0 г, воду – 74,4 г, золу – 1,1 г. З жиророзчинних вітамінів баранина містить вітаміни: Е – 0,2 мг. З водорозчинних вітамінів В₁ – 0,1 мг, В₂ – 0,3 мг, В₃ – 6,2 мг, В₅ – 0,7 мг, В₆ – 0,2 мг, В₉ – 23 мкг, В₁₂ – 2,6 мкг у 100 г сировини. Філе курятини містить в 100 грам продукту: жири – 2,6 г, білки – 22,5 г, вуглеводи – 0,00 г, вода – 73,9 г, зола – 1,1 г. З жиророзчинних вітамінів у філе курячої грудки присутні вітаміни А – 9 мкг, Е – 0,6 мг. З водорозчинних вітамінів присутні вітаміни В₁ – 0,1 мг, В₂ – 0,2 мг, В₃ – 9,6 мг, В₄ – 82,1 мг, В₅ – 1,5 мг, В₆ – 0,8 мг, В₉ – 9 мкг, В₁₂ – 0,2 мкг. Філе сьомги має наступний харчовий склад на 100 г: жири – 6,3 г, білки – 19,8 г, вуглеводи – 0,00 г, вода – 68,5 г, зола – 2,5 г. З жиророзчинних вітамінів у філе курячої грудки присутні А – 12 мкг. З водорозчинних – вітаміни В₁ – 0,2 мг, В₂ – 0,4 мг, В₃ – 7,9 мг, В₅ – 1,7 мг, В₆ – 0,8 мг, В₉ – 25 мкг, В₁₂ – 3,2 мкг.

За даною інформацією можна сказати, що м'ясо баранини має середній вміст жиру та білків. Сьомга містить в своєму складі найбільше жирів, а м'ясо курятини – найбільше білків. Серед вітамінів найменше значення має м'ясо баранини (хоча вітаміну В₁₂ в складі більше денної норми), а найбільше – у філе сьомги.

Висновок: Отже, люля-кебаб з баранини є цікавою стравою в великою історією, а тепер ще з великим асортиментом з інших видів м'ясної та рибної сировини. З зразки м'ясної сировини (баранина, філе курки та філе сьомги) мають різне значення БЖВ та вітамінного складу. Кожна сировина підходить людям під їх раціон, тому не доведеться відмовлятися від улюбленої страви через особливості раціону.

44. Технологія низькокалорійного емульсійного соусу збагаченого кверцетином

Аліна Бельмас, Олена Грабовська

Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна

Вступ. Проведено дослідження з метою удосконалення технології низькокалорійного майонезного соусу шляхом використання у рецептурі аквафаби як емульгатора і модифікованого крохмалю збагаченого кверцетином [1].

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є аквафаба – рідина, отримана від варіння білої квасолі, модифікований кукурудзяний крохмаль збагачений кверцетином, олія соняшникова рафінована дезодорована. Для аналізу використано стандартні загальноприйняті методи. Жиропоглинальну здатність визначали за кількістю рослинної олії (соняшникової), необхідної для досягнення точки інверсії.

Результати і обговорення. Доведено перспективність використання аквафаби та модифікованого крохмалю для регулювання емульгувальних та стабілізувальних властивостей соусу. Обґрунтовано раціональне співвідношення аквафаби та рослинної олії як (40...60) : 40, що дає змогу отримати емульсійні системи зі стабільністю $97\pm2\%$. Розроблено рецептуру емульсійного низькокалорійного соусу «Аквафаба», визначено його хімічний склад та енергетичну цінність. Розроблений майонезний соус характеризується підвищеним вмістом білків і мінеральних речовин порівняно з контролем. Майже в 6 разів збільшилася кількість вуглеводів за рахунок ввикористання відвару білої квасолі і пористого крохмалю з кверцетином. Жирність і енергетична цінність, навпаки, зменшилися за рахунок зменшення вмісту олії.

Майонезний соус характеризується підвищеним вмістом вітамінів С, А і групи В, Р (біофлавоноїди); мінеральних речовин – К, Са, Mg, Р. За нашими підрахунками, в 100 г майонезного соусу міститься близько 400 мг флавонолу кверцетину за рахунок введення його в рецептуру з пористим крохмалем. Враховуючи рекомендацію споживати від 500 до 1000 мг кверцетину на день з профілактичною метою, вживання низькокалорійного майонезного соусу допоможе забезпечити добову потребу в цьому вітаміні. Використаний модифікований крохмаль є резистентним. Його присутність надає продуктам нових функціональних властивостей: підвищує відчуття ситості, пригнічує голод, що запобігає надмірному споживанню їжі та знижує ризик ожиріння. Отримані дані підтверджують, що використання аквафаби та пористого крохмалю з кверцетином в основі емульсійних соусів сприяє збагаченню кінцевого продукту рослинними білками, незамінними амінокислотами, вуглеводами, вітамінами та мінеральними елементами. Цей продукт буде цікавий вегетаріанцям, які не вживають їжу, приготовану з тваринної сировини.

Висновки. За результатами досліджень розроблено ресурсоощадну технологію низькокалорійного емульсійного соусу підвищеної харчової та біологічної цінності із заміною яєчних білків на аквафабу – відвар білої квасолі та з додаванням резистентного пористого крохмалю з кверцетином.

Література

1. Грабовська О.В., Овчаренко О.Р., Бельмас А.О. Використання резистентного крохмалю у технології низькокалорійного майонезного соусу / Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні та ресурсозберігаючі технології харчових виробництв», 15 грудня 2022 року, м. Полтава, ПДАУ, с. 33-35.

45. Аюрведична масляна суміш з використанням кріопорошків

Данило Регалов¹, Олександра Нєміріч¹, Юрій Коренець²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, Кривий Ріг, Україна

Вступ. У сучасному світі, на тлі постійного стресу та швидкого темпу життя, все більше людей звертається до традиційних методів збереження здоров'я та гармонії. Одним із виняткових підходів до вирішення цього завдання є Аюрведа – древня система, яка акцентує увагу на балансі тіла, розуму та душі [1]. У цьому контексті виникає актуальність використання кріопорошків у створенні аюрведичних масляних сумішей.

Матеріали та методи. Для досягнення ідеального балансу використовували органолептичний метод для удосконалення рецептурного складу масляних сумішей з додаванням кріопорошків.

Результати і обговорення. Для збереження корисних властивостей рослин у концентрованій формі використовують кріопорошки. У поєднанні з аюрведичними принципами ці порошки стають ключовим елементом для створення унікальних масляних сумішей, спрямованих на покращення різних аспектів здоров'я людини. У даній роботі розглядається можливість використання кріопорошків у контексті створення аюрведичних масляних сумішей, спрямованих на гармонізацію тіла та підтримку його природної рівноваги. Зосереджуючись на відмінних властивостях кожного інгредієнту рецептури, такий підхід дозволяє досягти комплексного позитивного впливу на організм та сприяти загальному самопочуттю людини. Для створення базової масляної суміші було використано суміш олій соняшникової та оливкової. В якості дослідних зразків використовували: куркуму, чорний перець, орегано, розмарин, шпинат, броколі. Вся ця рослинна сировина має високий вміст жиророзчинних вітамінів та антиоксидантів таких як: А, С, Е, К, куркумін, розмаринова кислота, карносол, флавоноїди. У результаті органолептичних досліджень було виявлено оптимальне відсоткове співвідношення для масляної суміші (табл. 1). Співвідношення компонентів кріопорошків та спецій наведено у табл. 2, що дозволяє отримати рецептурну композицію, яка сприяє балансу дош, є оригінальною за органолептичними властивостями і може бути поліфункціональним напівфабрикатом для широкого асортименту харчової продукції.

Таблиця 1 – Співвідношення олій для базової рецептури масляної суміші, %

Олія соняшникова	Олія оливкова	Суміш кріопорошків і спецій
40	30	30

Таблиця 2 – Співвідношення суміші кріопорошків та спецій для масляної суміші, %

Куркума	Чорний перець	Орегано	Розмарин	Шпинат	Броколі
20	17	15	18	20	10

Висновки. Використання кріопорошків та спецій у створенні аюрведичних масляних сумішей може бути важливим кроком у напрямку підтримки здоров'я та гармонії організму. Цей підхід об'єднує традиційні принципи аюрведи з сучасною технологією, створюючи поліфункціональний напівфабрикат для широкого асортименту харчової продукції.

Література

1. Грабар М.В., Кашка М.Ю. Аюрведа як перспективний напрям розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Науковий погляд: економіка та управління. 1(71). 2021. С.12-16.

46. Застосування кольорової ідентифікації у ресторанному бізнесі за принципами HACCP

Світлана Тимошук¹, Олег Кузьмін¹, Олена Хареба²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Національна академія аграрних наук України, Київ, Україна

Вступ. Система харчової безпеки у закладах ресторанного господарства (ЗРГ) передбачає раціональне планування та ефективну організацію робочого простору, що відіграє важливу роль у мінімізації ризиків забруднення харчової продукції та забезпечення дотримання санітарно-гігієнічних вимог.

Матеріали і методи. Методика кольорової ідентифікації передбачає використання спеціальних кольорів [1, 2] у залежності від функціональних зон приміщень ЗРГ.

Результати. Розділення приміщень ЗРГ, у залежності від їх призначення та ризику забруднення сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готових страв, проводили на 6 функціональних зон:

- голубий колір – для зон з низьким ризиком, таких як приміщення для відвідувачів, призначених для реалізації готової продукції та організації її споживання;
- зелений – для виробничих приміщень, призначених для переробки сировини, н/ф і випуску готової продукції;
- червоний – для м'ясо-рибного цеху, у зв'язку з тим, що контакт сирого м'яса і риби з поверхнями і посудом несе у собі особливо високий ризик, з точки зору перехресного забруднення. Санітарні зони також мають високий ризик бактеріального забруднення, тому використання інвентарю та засобів для очищення і прибирання з червоним маркуванням призводить на мінімізації ризику поширення бактерій;
- фіолетовий – для складської групи приміщень;
- жовтий – для службово-побутових приміщень, таких, як кабінет директора, бухгалтерія, білизняна, приміщення та гардероб для персоналу;
- рожевий – для технічних приміщень.

Для кожного типу приміщень та зонування ЗРГ передбачено свій інвентар і миючі засоби. Перед початком клінінгових заходів на план-схему ЗРГ наносять кольорові ідентифікатори.

Висновок. Розподіл приміщень на функціональні зони допомагає оптимізувати робочі процеси та мінімізувати ризики перехресного забруднення харчових продуктів. Кольорова ідентифікація сприяє ефективному використанню інвентарю у різних типах приміщень, що допомагає підтримувати необхідний рівень санітарного стану та гігієни ЗРГ.

Література

1. Zaporozhan A., Kuzmin O., Stukalska N. HACCP color coding in restaurants // The 14th International scientific and practical conference "Science, innovations and education: problems and prospects" (August 25-27, 2022) CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. 2022. pp. 86-89.
2. Стукальська Н.М., Кузьмін О.В., Богачук Н.І. Кольорове кодування у закладах ресторанного господарства згідно принципів HACCP // The 13th International scientific and practical conference "Modern directions of scientific research development" (June 15-17, 2022) BoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. pp. 337-341.

47. Білки мікродорості *Chlorella* sp. – потенціал майбутнього харчової галузі

Ольга Кожемяка, Людмила Пешук

Інститут продовольчих ресурсів, Київ, Україна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна

Вступ. Сьогодні наукова спільнота світу говорить про масштаби голоду, які за даними ООН до 2050 року охоплять близько 10% населення планети. Пошуки додаткових джерел білка є пріоритетом в харчовій галузі. Таким джерелом є *Chlorella*

Матеріали та методи. Нами було розроблено паштети із частковою заміною м'ясної сировини від 0,5 % до 3 % на порошок мікродорості *Chlorella*. Попередньо було проведено літературний огляд статей, в яких узагальнено результати використання мікродоростей в м'ясних продуктах зі свинини, яловичини, курятини, індички тощо. Були проведені дослідження розроблених паштетів на вміст білка та зроблено розрахунки амінокислотного СКОР [1].

Результати. Глобальний попит на альтернативні білки з різних джерел, таких як мікродорості, мікопротеїни, комахи, культивоване м'ясо, білки на основі грибів за ринковими прогнозами сягне 290 мільярдів доларів США до 2035 року. Мікродорості та їх потенційне використання як джерела харчових білків тісно пов'язані з цілями сталого розвитку #2 Подолання голоду, #3 Міцне здоров'я, #6 Чиста вода та належні санітарні умови, #12 Відповідальне споживання.

Біомаса мікродоростей містить цінні поживні сполуки з корисними властивостями для здоров'я людини. Загалом мікродорості мають переважно білковий склад (40-70%), також містять вуглеводи (10-25%), ліпіди (5-30%), мінерали (5-25%), пігменти (1-5%), поліненасичені жирні кислоти і значну кількість вітамінів B₁, B₂, B₃, B₆, B₁₂, E, K і D. Однак білок є одним із цінних есенціальних компонентів, що має вирішальне значення для здоров'я людини.

В таблиці 1 дані амінокислотного профілю мікродорості *Chlorella* порівняні з деякими основними традиційними продуктами харчування та еталонним зразком збалансованого білка, рекомендованим ФАО/ВООЗ (2011).

Таблиця 1 – Амінокислотний профіль джерел білка та *Chlorella* (г/100 г)

Джерело	Ile	Leu	Lys	Meth	Phe	Thr	Try	Val
ФАО/ВООЗ	3.0	6.1	4.8	2.3	4.1	2.5	1.0	4.0
Яйце	6.6	8.8	5.3	3.2	5.8	5.0	1.7	7.2
Соєві боби	5.3	7.7	6.4	1.3	5.0	4.0	1.4	5.3
<i>Chlorella</i>	3.8	8.8	8.4	2.2	5.0	4.8	2.1	5.5

Склад амінокислот *Chlorella* прирівнюють до еталонних продуктів харчування.

При дослідженні паштетів з *Chlorella* виявили збільшення лізину на 19,0 % та триптофану на 27,6 % в порівнянні з контрольним зразком [1].

Висновки. М'ясні паштети, збагачені мікродоростю *Chlorella*, мають перевагу перед традиційною їжею за рахунок збільшення незамінними амінокислотами (лізин, триптофан), макро- та мікроелементів. Альтернативні джерела білка з мікродорості *Chlorella* можуть виступати як аналоги м'яса і молока, що потребує подальших розробок, досліджень, інновацій та інвестицій.

Література

1. O. Kozhemiaka, L.Peshuk. *Chlorella* as a biologically active component in the technology of health and wellness products. *Journal of Chemistry and Technologies*. – 2023. №2 (31). P. 230-239. DOI: <https://doi.org/10.15421/jchemtech.v31i2.275148>.

48. Перспектива використання корінь імбиру в ресторанных технологіях

Ольга Маслійчук, Святослав Ципук

Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна

Вступ. Важливим напрямом розвитку закладів ресторанного господарства є підвищення ефективності діяльності шляхом впровадження сучасних наукових досягнень та інноваційних технологій із використанням, як локальної, так і спеціальної функціональної та лікарсько-технічної сировини із заданими властивостями [1]. Корінь імбиру – це коренеплід рослини імбиру, яка широко використовується в кулінарії та традиційній медицині. Має яскраво-жовту або коричневу шкірку та білий або жовтуватий м'якуш з пряним, гострим смаком і особливим ароматом. Корінь імбиру відомий своїми багатими корисними властивостями, які зробили його популярним інгредієнтом у багатьох стравах, напоях, та засобах догляду за здоров'ям.

Матеріали та методи. Інформаційні дані та особливості використання лікарсько-технічної сировини - корінь імбиру, як функціонального інгредієнту в ресторанных технологіях.

Результати. Корінь імбиру містять до 10–20% сухої речовини, до 1,7–2,8% цукру та 1,7–2,8% білку, 5,9% жиру, 2,0–3,1% – клітковини, 0,8–5,6% золи, цінні для організму амінокислоти і пектинові речовини. В імбiri є всі незамінні амінокислоти (триптофан, треонін, метіонін, валін, феніланін). Вміст ефірних олій в імбiri сягає 1,5–3%, що надає йому гострий смак та пряний аромат. Головний компонент ефірної олії імбиру – цингіберен близько 70%. Пряний аромат та гострий смак імбиру зумовлений також наявністю фенолоподібних речовин, таких як гінгерол і шогаол. Корінь імбиру має антиоксидантну, протизапальну, протимікробну, спазмолітичну дію, знижує рівень холестерину і цукру в крові. Імбир ефективно допомагає при гострих респіраторних захворюваннях, сприятливо впливає на систему крові, підвищує загальний тонус. Імбир використовують як засіб від головного болю [1]. Також застосовується для підтримки здоров'я шлунково-кишкового тракту. Використовується як засіб для полегшення різних проблем шлунку, таких як запалення, рвота та нестача апетиту. Корінь імбиру широко застосовується у кулінарії, а саме для приготування різних страв, соусів, супів, чаїв та десертів. Надає стравам характерний смак і аромат.

Висновки. Отож, корінь імбиру – це багатофункціональний продукт, який використовується у кулінарії, медицині, косметичній та інших галузях та є перспективним інгредієнтом у ресторанных технологіях. Має численні корисні властивості і може бути використаний для покращення здоров'я, смаку, та зовнішнього вигляду.

Література

1. Паска, М., & Млинко, О. (2023). Технологічні аспекти використання функціональних напоїв у ресторанному бізнесу. Економіка та суспільство, (52). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-88>.

49. Забезпечення пасажирів автобусних рейсів середньої та великої дальності гарячими напоями з автоматичних апаратів

Роман Пріб, Олександр Гайша

Міжнародний класичний університет ім.Пилипа Орлика, м. Миколаїв, Україна

Вступ. На сьогоднішній день організатори пасажирських перевезень відчують досить велику конкуренцію, тому намагаються запропонувати клієнтам різноманітні варіанти підвищення комфорту їхньої поїздки, один з яких розглянемо у даній роботі.

Матеріали та методи. Для того, щоб залучити клієнтів скористатися послугами саме вашого автобуса, тільки дешевих квитків вже недостатньо. Один з порівняно нових та цікавих (додаткових) критеріїв вибору транспорту для далеких подорожей – це можливість випити склянку гарячої кави у комфортному автобусі.

Результати. Один з найпростіших варіантів зробити подорож більш комфортною та приємною – це можливість випити гарячої, тільки що приготованої кави, чаю, або спорідненого напою в автобусі. Кава та інші напої обов'язково залишать гарне враження та чудові спогади, особливо, коли можливість випити смачну і свіжу каву існує в будь-який час протягом поїздки, не очікуючи зупинки на станції бензозаправки або біля магазину. Те ж саме стосується і закусок: голод не дає спокійно дивитися на всі боки і насолоджуватися поїздкою, що може знизити рівень задоволеності пасажирів транспортними послугами компанії в цілому.

Оптимальним варіантом для вирішення означеної проблеми є оснащення автобуса автоматичним апаратом, що дозволяв би проводити пасажирам самообслуговування, отримуючи необхідну послугу при умові отримання додаткових прибутків власником апарату.

Існує широкий асортимент кавових апаратів різної комплектації для автобусів: можна встановити автоматичні, капсульні або кавоварки з термосом. які дозволяють робити свіжу каву з відмінним смаком. Ці пристрої дозволяють скуштувати каву різного смаку і не змінювати своїх щоденних звичок, вирушаючи навіть у найдовші подорожі. Latte, Cappuccino, Espresso або Classic Black - з автоматичними каво-машинами можна приготувати каву будь-якого типу, не докладаючи багато зусиль у будь-який час доби (причому не відволікаючи водія або інших представників екіпажу рейсу). Кава-машини з капсулами - відмінний спосіб насолодитися кавою та докласти менше зусиль для догляду за машиною, адже цей тип апаратів вимагає мінімальної кількості технічного обслуговування. Вибравши бажані капсули, можна виготовляти різні напої, а очищення машини виконується в залежності від частоти використання, але не частіше одного разу на кожні 2-4 тижні. Кавомашини з термосом - відмінний варіант для клієнтів, які не люблять пересуватися автобусом під час їзди, причому їх можна монтувати біля кожної пари сидінь для пасажирів. Щоправда, цей варіант суттєво обмежує вибір напоїв, адже в цьому випадку пасажирам фактично можна запропонувати лише чорну каву. Її сила може регулюватися залежно від кавового зерна, а пасажирам додатково можна запропонувати молоко чи вершки. Основними перевагами цієї машини є низька вартість та простота догляду.

Слід відмітити, що при виборі каво-машин типу MAN, вартість яких складає біля 500 євро, та вартості склянки 1 євро, термін окупності може становити період до півроку, що є цілком задовільним значенням.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що встановлення кавових апаратів в автобусах дозволяє надати пасажирам додаткового комфорту, підвищуючи конкурентоспроможність транспортної компанії, а також отримати додаткові прямі прибутки від продажу напоїв.

Section 23

Humanities

Секція 23

Гуманітарні науки

23.1.

History of Ukraine

Chairperson – professor Svitlana Buravchenkova

Secretary – professor Oleksandr Pylypenko

23.1.

Історія державності України

Голова – професор Світлана Буравченкова

Секретар – професор Олександр Пилипенко

1. Від козаків до кіборгів: незламний дух українців крізь віки

Діана Сміян, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Українці понад усе в своєму житті цінують та бережуть свою свободу. Через це нам багато доводилось воювати, протистояти нападникам, захищаючи свою територію та своє право на існування. Доводиться і дотепер, у XXI столітті. Які вони – українські воїни X, XVII, XXI століть? За ці тисячоліття змінювались обладунки, символи, звичаї, зброя, тактики, війська. Та незмінним залишався незламний, волелюбний дух, що живе у кожному з нас. Не раз ми, українці воювали, боролись, протистояли. Переможемо і цього разу. Адже справжні герої були, є і будуть жити в Україні.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення, історизму, об'єктивізму, порівняльного аналізу. Інформаційною базою для дослідження послуговували історичні джерела, наукові статті, архівні матеріали тощо.

Результати та обговорення. Історія України та українського державотворення міцно пов'язана з утворенням запорозького козацтва. Козак – вільна, незалежна людина, у такому розумінні слово «козак» закріпилося в українських землях. Перші згадки про українських козаків зустрічаються в історичних джерелах 80-90-их років XV ст., де йшлося про населення центральної України, яке займалось різними промислами та охороняли кордони між князівством Литовським і Кримським ханством. З давніх-давен козаки захищали Україну від ворогів.

Спочатку козаком міг стати будь-хто із бажаючих, якщо він: вільна і незалежна людина, сповідує православну віру, говорить українською мовою. Перша Січ була заснована у 1553-1556 рр. за дніпровськими порогами на острові Мала Хортиця. Запорозька Січ була першим демократичним об'єднанням у всьому світі. А знаменита «Конституція Пилипа Орлика» 1710 р. заклала підвалини антикорупційного законодавства, яке й нині застосовуються. Козаки жили у куренях, полюбляли культурний відпочинок, блискавично володіли різними вміннями їх «шабля не рубає, куля не влучає, вороже око не бачить», вирушали у похід тільки з правої ноги, кожен з них мав свій талісман, оберіг. Та головним завданням козаків був захист своєї землі, свого народу, рідного дому, своєї родини. Найбільше цінували козаки – волю, справедливість, незалежність. Це те, що генетично передалося кожному українцю від наших дідів, прадідів – козаків. Нині кожен українець прагне жити у вільній, незалежній демократичній державі, робити її кращою, працюючи на благо держави та родини, щоб у його дітей було мирне небо над головою, щоб дітям більше не довелося виборювати волю.

На час здобуття Україною незалежності наша армія була однією з найбільших в Європі, яка мала ядерну зброю. Той самий козацький дух, ті ж риси проявилися в українців незалежної України, коли відчули загрозу від сусідів-росіян, які були одними з тих, хто гарантував безпеку Україні за відмову від ядерної зброї.

Минув певний час і відбувся збройний напад росії на Україну. 10 років минуло від часу анексії Криму та захоплення східних регіонів нашої держави. У боротьбу за Україну, крім військових, стали добровольці. Тоді – 10 років назад козаками XXI століття, символом незламності стали «Кіборги» – захисники Донецького аеропорту, яких за мужність, бойовий дух та неймовірну стійкість називають «кіборгами».

Бої за Донецький аеропорт тривали з вересня 2014 р. до 23 січня 2015 р. і стали одними з найзапекліших у війні на сході України. Бої розгорнулися між українськими військами і бійцями добровольчих формувань з однієї сторони та силами проросійських збройних угруповань і окупаційних військ з іншої за контроль над Донецьким міжнародним аеропортом.

3 вересня 2014 р. розпочалися важкі бої. Внаслідок боїв руйнувалася інфраструктура аеропорту – у грудні 2014 р. значних руйнувань зазнав старий термінал, 13 січня 2015 р. остаточно впала [диспетчерська вежа](#), яку утримували українські бійці. У новому терміналі бої точилися за різні його поверхи – на фінальних етапах битви українські вояки утримували перший поверх, а підвал та верхні поверхи контролювалися супротивником.

У січні 2015 р. в обороні нового терміналу брали участь бійці 3-го батальйону 80-ї десантно-штурмової бригади. В аеропорту командири залишили лише добровольців. 20 січня 2015 року проросійські сили підірвали новий термінал, бетонні перекриття і стеля у багатьох секціях обвалилася, ховаючи під собою українських захисників. 22 січня 2015 року вцілілі захисники вийшли з терміналу, проте багато поранилих і контужених українських бійців потрапила до полону. Оборона терміналів аеропорту тривала 242 дні. Загалом під час оборони аеропорту загинули понад 200 українських захисників, поранено – понад 500. «Кіборги» стали символом мужності та відданості ідеалам вільної та незалежної України. А фраза «Кіборги» вистояли, не встояв бетон», – увійшла в історію разом з героїчним подвигом наших героїв. Кіборги відзначились своєю мужністю, витривалістю, сміливістю. Адже вони чинили спротив російським військовим, перебуваючи при цьому в нерівних умовах.

Один із захисників Донецького аеропорту – Михайло Щербіна висловив свою думку про ті події: «Саме там, на мою думку, була створена і народилась нова українська армія. І не тільки армія, а й українська нація. Я довго розмірковував – у чому сенс таких наших втрат по захисту аеропорту. Сенс дуже зрозумілий став 24 лютого, коли вся країна піднялася на захист від ворога, тому що був приклад захисту аеропорту».

Усі сучасні українські воїни – це знову ті ж «Кіборги», що захищають свою державу, воюють за найцінніше, як і їхні діди та прадіди – волю та незалежність. Сьогодні українці, як ніколи єдині в ідеї незалежності та цілісності держави, консолідують сили у допомозі Збройним Силам України.

Висновки. «Кіборги» – сучасні козаки, які борються за майбутнє українського народу, за майбутнє дітей своєї країни. Сьогодні ми знову вкотре є свідками цієї боротьби, цього кровопролиття, загублених життів, які покладені за нашу волю, за наше «місце під сонцем».

Література. 1. Смолій, В. А.; Горобець, В. М.; Степанков, В. С.; Чухліб, Т. В.. (2016). Витоки зовнішньої політики Війська Запорозького. Дипломатія на «межі світу»: міжнародні відносини та зовнішня політика Української держави (XVII ст. – 1750-ті рр.). К.: «Amenhoter» 2016. 320 с. 2. Лія Русик. Приклад захисту Донецького аеропорту зараз наслідують українські воїни. Кіборги – про шану до подвигів на полі бою. <https://suspilne.media/362908-priklad-zahistu-doneckogo-aeroportu-zaraz-nasliduut-ukrainski-voini-kiborgi-pro-sanu-do-podvigiv-na-poli-bou/>. 3. Ярослав Тинченко, Світлана Виговська, Оборона Донецького аеропорту, 2014-2015. Хроніка бойових втрат. Мартиролог [Архівовано 2 листопада 2021 у Wayback Machine.] // НВІМУ, Київ. 2020.

2. Волонтери війни

Владислава Шептій, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Волонтерство – це форма благодійної діяльності, спрямована на допомогу іншим, і базується на законності, рівності, добровільності, безоплатності й неприбутковості. Періоди значного розвитку волонтерського руху припадають на часи загострення кризових ситуацій у суспільстві. Так на волонтерах вистояла Революція Гідності, і так ми стоїмо проти росії сьогодні. Небайдужі об'єднуються і допомагають тим, хто цього потребує.

Матеріали і методи. Доповідь побудована на власних аналізах, спостереженнях, на загальнонаукових методах: аналізу, синтезу, узагальнення.

Результати та обговорення. Напад російських військ на Україну в 2014 р. активізував волонтерський рух для допомоги нашим військовим, адже армія тоді потребувала всього: від взуття до бронешитів та зброї. Волонтерські організації можна поділити на: офіційні – такі мають державну реєстрацію та неофіційні – сформовані стихійно, не мають офіційного статусу, діють від власного імені, як приватні особи. Офіційні організації обов'язково мають пакет документів, що засвідчують їх правовий статус та дозволяють працювати з міжнародними організаціями, юридичними особами, а також залучати інвестиції та отримувати гранти від уряду. Неофіційні, або самоорганізовані, волонтерські об'єднання зазвичай формуються в разі потреби та за власною ініціативою. Вони перебувають поза правовим статусом, не мають офіційних звітів про витрачені кошти, не можуть приймати фінансування від юридичних осіб тощо.

Із початком повномасштабного вторгнення росії в 2022 р. волонтерських організацій стало ще більше. Ми маємо багато фондів, фандрейзингових платформ та волонтерських штабів. Гроші збирають й окремі українці для нагальних потреб. Ми знаємо такі топфонди, як Фонд Сергія Притули, «Повернись живим», Razom for Ukraine, United 24, «Гуркіт», «Рій» та інші. Не організації, але потужно допомагають військовим: Стерненко та Лачен пише, Василь Байдак і Антон Тимошенко.

Але ми хочемо розповісти про окремих знайомих волонтерів і про власний досвід волонтерства, бо такий вклад у нашу перемогу теж значний. Перші дні війни 2022 р. стали вирішальними для багатьох. Хтось стояв годинами, днями у військоматах, а хтось став на захист країни на іншому боці фронту. Закупівля, збори, допомога – це 3 слова, які стали найголовнішими для мене тієї страшної зими. Перша ніч стала вирішальною, моя сім'я не стала винятком. Тато – затятий націоналіст, який все життя присвятив Україні та служив українському народу, того ж дня твердо і чітко вирішив, що повинен захищати нашу батьківщину та своїх дітей. Отримавши цю звістку, ми з мамою стали допомагати нашим хлопцям у тилу.

Великий відсоток громадян нашої держави до цих днів не усвідомлюють усю серйозність едності. Це є найбільшою та найголовнішою проблемою мільйонів українців як в Україні, так і в усьому світі. «Дай боже нам любити Україну понад усе сьогодні – маючи, щоб не довелося гірко любити її втративши. Настав час великого вибору: або єдність, перемога та шлях до світла, або поразка, ганьба і знову довга дорога до волі», - це слова людини з великої літери, людини, яка показала мільйонам як по-справжньому можна любити свою державу. В'ячеслав Чорновіл – великий український діяч, політик, завжди виступав проти зросійщення та дискримінації українського народу. Його слова стали гімном усіх волонтерів по всьому світу.

Весна 2022 року стала найхолоднішою та в той же час найгарячішою в нашому житті. Кожного дня збори, перекази великих сум на допомогу та слова вдячності від воїнів, а ми в свою чергу дякуємо їм за те, що ми ще живі. Моя мама, найвідданіша своїй справі людина. Лікар та волонтер. Людина з великої літери – Шептій Наталія Анатоліївна. Завдяки її зусиллям та фармацевтичній компанії ТОВ «ГлаксоСмітКляйн Фармасьютікалс Україна» ми змогли закрити потреби наших воїнів. Завдяки людям, які цінують свободу та люблять свою державу ми не залишили військових ні з чим.

Волонтери – це звичайні люди, які мають честь протягнути руку допомоги усім, хто її потребує. Волонтери – це люди, які ніколи не чекають подяки за те, що роблять від серця. Ми вдячні усім волонтерським організаціям: «Едельвейси», «Повернись живим», ГО «Юний Європеець». Завдяки їхній роботі, співпраці, багатьох військових і на цей час не опускають руки та готові боротися за нашу з вами свободу. Також ми співпрацюємо з зооволонтерами, завдяки яким з Донбасу вивезли багатьох тварин-переселенців та нагодували тварин в Сумській, Харківській та Донецькій області, що залишилися під обстрілами без домівок.

Минулої зими під Соледаром, що на Донеччині, машину мого тата, яка поставляла зброю і все необхідне хлопцям було зруйновано прямим влучанням з танка. Це стало великим поштовхом для збору коштів на нове авто та всіх запасів, які перевозилися машині. Разом з волонтерами та іншими людьми з Києва, Полтави і багатьох міст України ми почали збори. Машину нам подарували відомі співаки та волонтери – Михайло Лебіга, Михайло Чокан та Микола Сопронюк. Зусиллями всіх українців вони поставляють автомобілі тим, хто їх потребує. Збори на все інше було закрито з допомогою волонтерських організацій та звичайних людей.

Були моменти, коли ми взагалі не знали, що буде далі. Збираючи кошти, молячись за хлопців, найстрашнішим був дзвінок зі словами: «Більше нічого не треба. Усі хлопці 200». У такі моменти, навіть у найсильніших людей опускаються руки. Побувавши на багатьох похованнях, бачачи загиблих друзів, синів, чоловіків, страшно уявити, що бачать вони на фронті своїми очима кожного дня. Я ніколи не була на фронті. Ніколи не бачила справжньої війни своїми очима, але можу сказати що в повній мірі відчула її. Бачачи сльози батька, сльози хлопців, які втрачають своїх побратимів, не хочеться зламатися. Хочеться йти, боротися за справедливість та за перемогу.

Майже пів року тому, організовуючи збір на допомогу 116 ОБТрО, я почула дзвінок, а потім слова: «Діми немає». Мій брат був справжнім воїном, люблячим батьком, чоловіком та сином. У той момент щось всередині перевернулося, обірвалося. Я стала набагато сильнішою та допомагала ще більше. Уже довгих пів року тривають пошуки безвісти зниклого воїна, який був під Куп'янськом. Ми робимо все можливе, щоб нарешті почути слова: «Я вдома. Я в Україні». Пошуки тривають, волонтери працюють. Кожен свідомий українець повинен знати ціну тиші, повинен допомагати ЗСУ, якщо все ще вдячний за життя.

Висновки. Тисячі волонтерів зараз працюють на різних фронтах. Хтось допомагає військовим, хтось – дітям та переселенцям, хтось опікується лікарями, а дехто тваринами. Але всі ці волонтери роблять одну велику справу – допомагають наблизити перемогу України.

Література. 1. Україна розпочинається з тебе. ТОП-10 цитат В'ячеслава Чорновола. <https://www.istpravda.com.ua/articles/2017/12/24/151821/> 2. Волонтерські організації, які зараз працюють в Україні. <https://finance.ua/ua/saving/volonterskie-organizacii-v-ukraine>.

3. «Янголи війни»: військові медики на фронті

Олександра Надашкевич, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Реалії сьогодення в Україні – щоденне відстоювання незалежності держави, що відбувається безпосередньо за допомогою військових та медиків. Однією із ключових фігур, на полі бою для рятування життів є бойові медики.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних науковців, а саме статті в інтернет-мережах, інтерв'ю медиків у медіапросторі. У дослідженні використано методи узагальнення, об'єктивізму, порівняльного аналізу.

Результати та обговорення. Поняття «бойовий медик» в українській армії з'явилося в 2014 році. Військово-облікові спеціальності, що стосуються тактичної медицини, офіційно з'явилися у 2017 році. Тоді спеціальність «бойовий медик» офіційно визнана наказом Міністерства оборони України. Бойовими медиками можуть стати люди й без медичної освіти, пройшовши спеціальну фахову підготовку.

У зоні бойових дій військові медики надають пораненим бійцям невідкладну допомогу прямо на полі бою або у стабілізаційних пунктах, які функціонують поблизу лінії фронту. Головне завдання військових медиків – стабілізувати пораненого, не дати померти від больового шоку та втрати крові, зробити усе можливе, щоб довести до тилової лікарні. Солдати їх називають своїми янголами-охоронцями, а ворог полює на автомобілі з червоними хрестами. Робота бойового медика на фронті постійно відбувається у титанічній напрузі як фізично, так і морально. Втім, саме ці люди рятують, а інколи і повертають до життя усіх наших захисників. Медики ЗСУ допомагають не лише військовим, а й усім, хто потребує медичної допомоги.

Серед тих, хто рятує життя – військовий медик Олег Коломієць у цивільному житті працював дитячим хірургом-онкологом. Учасниця бойових дій, інструкторка з тактичної медицини – Христина Чміль свій досвід отримала не в білосніжних лікарняних палатах, а під кулями на передовій. Її учителем стала війна. Богдан Марчук працює на «довгій» евакуації на Донбасі.

Серед медиків, що спасають життя нашим воїнам є й іноземні лікарі. При ГУР МО України створено окремий спецпідрозділ Інтернаціонального легіону оборони України. Їхня кількість вже перевищила 20 тисяч. Це переважно досвідчені бійці, які брали участь у багатьох миротворчих кампаніях в різних куточках світу. Зокрема, відомо про бійців з [Польщі](#), [Шотландії](#), [Греції](#), [Бразилії](#), [Колумбії](#), [США](#). Так, Денні приїхав зі Швеції у 2023-му і приєднався до команди бойових медиків Міжнародного легіону. Він – механік-водій. Ворон – бойова медикиня з Білорусі. Рятують життя воїнів на фронті у лавах Легіону з серпня 2022 року.

Понад 500 українських медиків сьогодні утримує в полоні росія. Серед них військові та цивільні медики. Як відомо РФ порушує всі міжнародні норми права й Женевську конвенцію про поводження з військовополоненими, а саме статтю 3, яка найбільше підходить для медиків, адже деякі з них навіть не тримали зброю в руках.

Втрати медиків на фронті також є. Лише за 2022 р. загинуло 106 медичних працівників, із них 33 – на робочому місці. Варто зазначити, що в Україні від початку широкомасштабного вторгнення від російських атак загинули й 194 цивільні медики.

Висновки. Щодня, на фронті та в тилу, медики невтомно працюють задля порятунку українських воїнів, цивільних та дітей. Сьогодні варто максимально привернути увагу до безцінного внеску лікарів у збереження людських життів.

4. Визволення українських військових з російського полону

Дарина Гльоза, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нині невідома точна кількість українців – військових і цивільних, у полоні в Росії. Глава держави наголошував, що «на сьогодні ніхто ще не може сказати точно, скільки наших громадян – дітей і дорослих, воїнів і цивільних – утримують у російському полоні, у російській депортації, у таборах, скільки наших там – у тюрмах цієї держави-терориста. Але кожен із нас може й повинен говорити абсолютно точно й конкретно: ми маємо робити максимум, щоб повернути всіх цих людей додому, в Україну».

Матеріали і методи. У дослідженні використано статистику, інформація з офіційних джерел. Використано методи аналізу та синтезу, узагальнення.

Результати та обговорення. За даними Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими Юрія Таранюка наразі в російському полоні перебувають понад 8000 українців, з яких цивільних – 1600. За інформацією омбудсмена Дмитра Лубінця, близько 28 000 цивільних українців утримує зараз Росія.

Українських військовополонених утримують із порушенням Женевських конвенцій. Понад 90 % українських військовополонених зазнають катувань від росіян, та негуманного поводження, їм не надають медичної допомоги. Також українці у російському полоні перебувають в інформаційній ізоляції.

Українські військові, які потрапили в російський полон, стають жертвами не лише порушення міжнародного права, але й свідками систематичних порушень прав людини та військового морального кодексу. Їхнє перебування у полоні стає свідченням державного терору з боку Росії, що визначається фізичними, психологічними тортурами та відсутністю поваги до їхнього військового статусу й прав людини. Російський полон для наших військових стає символом несправедливості та беззаконня, яке накладається на тих, хто бореться за свободу, державний суверенітет та гідність України.

З моменту повномасштабного вторгнення з російського полону було проведено 49 обмінів, вдалося повернути додому 3135 захисників та захисниць. Кожен обмін для українців є моментом щастя. Так обміни відбувалися: 21 вересня 2022 року, де повернули захисників Маріуполя: Дениса Прокопенка – позивний «Редіс», Святослава Паламара – позивний «Калина», Сергія Волинського – позивний «Волина», та інші наші герої; 16 лютого 2023 року повернули 100 захисників та одного цивільного; 31 січня 2024 року відбувся найбільший обмін з початку повномасштабної війни, тоді додому повернули 207 наших захисників.

З поверненням наших героїв, ми дізнаємося все більше жаклих подробиць про утримання наших людей у полоні. Окупанти не надають медичної допомоги, бійці в російському полоні худнуть на 20-30 кілограмів, піддаються щоденним тортурам на допитах.

Юлія Кацімон працівник ДСНС, у березні 2022 року потрапила до полону, вона пробула там рік та пережила багато випробувань, які влаштували їй окупанти. Під час полону, в окремій кімнаті Юлії Кацімон нанесли тяжкі тілесні ушкодження, били безжально по тілу, обличчю, погрожували трибунальним судом від Росії. Окупанти пропонували писати зобов'язання про співпрацю з Росією. Спочатку полонених привезли до Білорусі, а потім до Брянської області, у СІЗО. Катували, заставляли

говорити про те, що Росія переможе, змушували писати звернення до українських матерів.

У квітні 2022 року 41-річний сержант Збройних сил України Сергій Мудрий з побратимами отримав наказ здаватись у російський полон в оточеному Маріуполі. Рік і вісім місяців він відсидів у кількох колоніях росії, деякі з них були особливого режиму. За «зайві» слова чи рухи військовополонених тут били битами, ногами та спускали собак. Не раз після тортур полонені українці втрачали свідомість... У січні 2024-го чоловіка обміняли. Він був 106-им у списку.

Назару Гринцевичу 20 років. У 14-ть – коли розпочалась російсько-українська війна, він дізнався про полк «Азов». Ще за три роки кинув університет, де навчався на юриста, та доєднався до «Азову». Оборона заводу «Азовсталь» тривала з березня по травень – 86 днів. «Азовсталь – квести кожного дня. Куча поранених, загиблих, ти борешся за життя – своє і побратимів. Цінуєш командирів, які правильно планують операції. У нас була протитанкова група, ми за день їли два стаканчики каші. Деякі позиції брали воду з бойлерів, труб, батарей. З ліками було важко. У мене було два поранення» – пригадує Назар. Зв'язку на Азовсталі не було від початку березня. З рідними Назар спілкувався не часто, в основному, це були короткі смс-повідомлення. Муніципальними автобусами, які приїхали з Ростова, їх повезли в Оленівку. Розмістили по бараках – всі азовці були в одному. Назар пригадував, як «...приїхав Редіс (Денис Прокопенко, позивний «Редіс», командир полку «Азов». Його вела купа вертухаїв, спецслужби, собаки. Він підійшов до азовського барака, крикнув: «Слава Україні!», ми гордо відповіли: «Героям Слава!». Вертухаї були в шоці, просили нас так більше не робити. Ми з хлопцями там намагались сміятись, придумували історії. Ходили на допити. Харчування було, але дуже мало. Нас просто підтримували, щоб ми вижили. Я десь 25 кілограмів скинув».

21 вересня 2022-го Україна повернула з російського полону 215 військових. Зокрема, захисників Маріуполя, в тому числі п'ятох командирів «Азову». Тоді ж повернувся й Назар.

Росіяни вбивають беззбройних українців. Ім'я героя яке повинні знати всі українці – Олександр Мацієвський. Олександр з початку повномасштабного вторгнення добровольцем пішов у військкомат. Навесні захищав Чернігівщину, а в грудні 2022 р. брав участь у боях на сході України поблизу Соледару. 30 грудня він вийшов на завдання, де під час бою зв'язок з ними зник. 6 березня в соціальних мережах з'явилося відео, на якому видно, як росіяни розстрілюють беззбройного українського полоненого. Військовий стоїть у лісі та курить в окопі чи виритій ямі, потім каже «Слава Україні», після чого автоматна черга.

Війна триває і таких історій на жаль все більше. 17 лютого під час відходу з Авдіївки, декілька військових потрапили в полон, після чого окупанти опублікували відео де озброєних, поранених українських військових розстріляли.

Висновки. Отже, нині є нагальна необхідність міжнародної реакції та дипломатичного тиску для забезпечення поваги до прав українських військовополонених у Росії та захисту цивільних осіб від варварських дій. Тільки через спільні зусилля міжнародної спільноти можна забезпечити справедливість, гуманність та мирне врегулювання конфлікту.

Література. 1. Лілія Гончарук. Три історії військовополонених Азовсталі. <https://suspilne.media/478645-v-stolarnomu-cehu-z-asikiv-robili-dla-vijskovih-rf-tisacudomovin-v-misac-tri-istorii-vijskovopoloneni-azovstali/>

5. Історичні паралелі та роль пропаганди в тоталітарному радянсько-російському суспільстві

Юлія Вільгота, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Протягом всього існування радянська влада застосовувала пропаганду як засіб навіювання комуністичної ідеології, контролю суспільства та втілення власних завдань у найвигідніший для себе спосіб. Пропаганда працювала через засоби масової інформації, заклади культури, літературу та мистецтво, державні свята і традиції, що примусово запроваджувались в радянській Україні.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові методи: узагальнення, історизму, об'єктивізму, порівняльного аналізу. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних учених, а саме статті з інституту дослідження Голодомору, інтернет-ресурси, довідники з історії СРСР.

Результати та обговорення. Для того, щоб зрозуміти усю вагу пропаганди в тоталітарній системі варто усвідомити, що жодна тоталітарна країна не може мати свого існування без пропаганди. Вона не матиме такої сили, якщо не буде витратити достатньо уваги на так зване «зомбування» свого народу.

У СРСР було достатньо інституцій, які якраз і відповідали за створення та поширення пропаганди у будь-якій її формі. Це було у вигляді постерів та плакатів (найбільш поширені з них), гасел та пісень, книжок, вистав та кіно, спілок та організацій. Для правильної дії пропаганда визначалась основні її завдання: перше, це висвітлювати поточну ситуацію в економіці та політичному житті власної країни у найбільш вигідний для влади спосіб; друге, дезінформація; третє, дискредитувати будь-яких противників режиму.

Найбільшим полем діяльності пропагандистів була економіка. Радянські пропагандисти замовчували невдачі та перебільшували успіхи, маніпулюючи фактами, пропонували хибні інтерпретації подій, зрештою, вдавалися до прямих вигадок. Ключовими подіями в економіці, що піддавалися найбільшому впливу агітації були: розкуркулення та створення колгоспів, голодомор 1932-1933 рр., післявоєнна розбудова, низка п'ятирічок, хрущовська відлига та його безглузді реформи. Пропагандисти стверджували, що «тільки у колгоспі народ матиме престиж і достаток, а куркулі це нижчий клас», «всі працюють заради однієї мети-побудови соціалізму». Також вони наголошували, що жінка в СРСР «...рівноправний громадянин соціалістичного суспільства» тому особливо під час післявоєнної відбудови активно залучали жінок, а з ними і дітей та німецьких військовополонених до важкої праці. А також яро навіювали народу необхідність вирощувати, наприклад, кукурудзу, яка ніяк не була притаманна для них раніше. Дивлячись на плакати під нетрадиційним кутом, бачимо, що у них часто використовуються яскраві кольори, щоб акцентувати на певних елементах, а основним кольором у всіх є червоний, як головний колір більшовиків. Колір, що одразу потрапляє на очі, відображає впевненість, силу, могутність, в той же час агресію і жорстокість. Більшовики не випадково обрали саме цей колір, адже він викликає у народу неминучий страх до режиму.

Окремо варто відзначити пропаганду у політичному житті. Як звідусіль стверджували пропагандисти: «СРСР є найсильнішою та найуспішнішою країною світу, через що Захід їй заздрить та всіляко намагається нашкодити». Агітаційна робота працювала дуже плідно, щоб у народу не виникло жодної думки, що закордоном краще ніж у рідному СРСР. А постійні згадки про підступи ворогів

допомагали комуністам пояснювати та виправдовувати незрозумілі кроки влади, які вели до погіршення рівня життя у СРСР.

Окремої уваги варта міфологія Великої Вітчизняної війни. Було придумано безліч вітчизняних героїв зі своїми унікальними героїчними подвигами, переоцінюючи справжні їх здобутки, а подекуди узагалі нахабно вигадуючи їх. А все задля підтримки бойового духу армійців протягом всього часу бойових дій. У той же період неабияку увагу пропагандисти приділяли перебільшенню воєнних злочинів. Факти катувань, розстрілів та винищення цілих поселень військовими фашистської германії беззаперечні. Але пропаганда радянської влади навмисно «підливала оливу у полум'я», щоб підвищити ненависть своїх воєнків до противника та зародити у солдата відчуття того, що нічого втрачати.

Окремим напрямком радянської пропаганди було залучення культмасового сектору. Усі школи вважались найбільшими лабораторіями для виховання відданих партії діячів. Придушувались будь-які прояви національної ідентичності кожної із республік, що входили до складу СРСР. Пропагандою поширювалась думка, що всі народи брати, всі рівні із єдиною історією та єдиним і спільним майбутнім, а російська мова – це мова міжнаціонального спілкування. Це суттєво вплинуло на культуру на той час радянської України. Переслідуванню піддавались усі організації, об'єднання, спілки письменників, та поодинокі з них, що досліджували і поширювали українську культуру та мову зокрема. Крім того, відбувалися терори, де ганебно розстрілювались усі, так звані, «противники режиму», як приклад, «розстріляне відродження».

Після розпаду союзу, єдиними відданими послідовниками цієї культури повністю контрольованого суспільства залишилися Росія, а найбільшого піку даної діяльності вона досягла при правлінні саме путіна. Росія під приводом побудови нового суспільства, так званого «вставання з ніг», продовжувала вести все ту ж політику, що і СРСР. Контролюючи усі засоби масової інформації, кремлівський режим у такий спосіб позбавляє людей будь-яких альтернативних джерел інформації. З технічним прогресом та гаджетизацією ведення пропаганди виходить на значний рівень, що дуже добре грає на руку росіянам. Як казав один із російських пропагандистів «Кремль зумів створити систему «нарративної цензури»: росіяни не сприймають і не хочуть чути про ті факти, які не вкладаються у сформовані в їхніх головах шаблони. У створеній російською пропагандою картині світу сам путін є найрозумнішим і найсильнішим політичним лідером сучасності. Він усе наперед продумав і всіх переміг». У цьому найбільша різниця українського і російського народу. Ми не робимо ідола з жодного політика, а постійно оцінюємо їх через призму професійних вчинків.

Росія веде бойові дії проти України й українців не лише на фронті, а й в інформаційному просторі. Зокрема, одна з цілей російських дезінформаційних кампаній – залякування та розхитування українського суспільства з середини.

Щодо нинішньої ситуації в нашій країні, то російська пропаганда зараз розривається на два фронти. Перший – це підтримання сталої ситуації всередині власної країни, а другий – розпалювання агресії та поширення фейків в Україні. Про другий фронт можна чимало розповісти, але однією з головних цілей російської пропагандистської кампанії в Україні є залякування та розхитування українського суспільства з середини. Інформаційна політика. Російської Федерації набула характеру цілеспрямованої інформаційної війни проти України: необ'єктивність, маніпуляції, перекручування фактів, відверта неприхована брехня, путінсько-кремлівська пропаганда як частина політики Кремля в цілому.

Наприклад, серед останніх кейсів – російська пропаганда намагається деморалізувати українців та поширити паніку серед суспільства повідомленням про

те, що нібито взимку українців «чекає пітьма та холод», залякуваннями «масовою мобілізацією жінок та дітей» тощо.

Також російська пропаганда поширює повідомлення, що «війна точиться лише на сході та півдні України, при цьому західні регіони та Київ живуть нормальним життям». Такі повідомлення мають на меті поділити українців на тих, хто проживає на тимчасово окупованих територіях, тих, які проживають на прифронтових територіях, та тих, хто перебуває далі від безпосередньо бойових дій.

Ще один приклад поділу й поляризації суспільства – теми, які стосуються українських біженців за кордоном. Росія використовує повідомлення-звинувачення: нібито українські біженці є «зрадниками», нібито їм тепер «не місце в Україні», що вони не повинні повертатися. Таким чином, російська пропаганда намагається конструювати вороже ставлення українців один до одного – мовляв, ті, хто залишилися в Україні, мають вороже ставитися до тих, хто був змушений покинути свої домівки через війну. Варто звернути увагу й на таке: коли ми говоримо про пропаганду, помилковим є вважати, що йдеться лише про фейки й маніпуляції. Річ у тім, що пропаганда – це конструювання певної ідеї, певного наративу, який може містити як фейки й маніпуляції, так і правдиві факти. Останні використовуються в потрібному місці в потрібний час. Наприклад, коли йдеться про окремого громадянина України, який публічно повідомляє, що залишається за кордоном, щоб не отримати повістку й не йти на фронт, російська пропаганда узагальнює і глобалізує таку ситуацію, додає якнайбільше емоційного навантаження. Щоб ставлення суспільства до такого громадянина поширювалось на всіх українських біженців. Для цього факти змішуються з фейками й маніпуляціями, конструюється цілий наратив.

Окрім тем, якими російська пропаганда намагається посіяти паніку серед українців, поширеними є теми, направлені на те, щоб роз'єднати українське суспільство, поляризувати його, щоб воно перестало бути згуртованим, єдиним. Зокрема, відбувається розхитування на основі спроби умовного розділення українців.

Робота ЗМІ ведеться за типом жовтої преси. Залучена величезна кількість акторів – громадян Росії, України та інших країн – а також інших спеціалістів на території України для отримання потрібної телевізійної картинки. Варто розуміти, що російська пропаганда використовує все, що підходить під її ідеї та наративи. У зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, як один із напрямків інформаційної війни агресором використовується пропаганда війни засобами масової інформації, а також представниками керівництва країни та наближеними до нього політичними діячами та науковцями. Супротивників війни із Україною путін називає не інакше як «зрадниками» та «п'ятою колоною».

У квітні 2014 року за розпалювання міжнаціональної ворожнечі та пропаганду війни в Україні було заборонено ретрансляцію чотирьох російських телеканалів. Одночасно в Литві заборонили мовлення двох російських каналів. 13 квітня 2014 року Генеральний секретар НАТО Андерс Фог Расмуссен у заяві, опублікованій на сайті альянсу, звинуватив РФ у пропаганді війни і бажанні повалити владу в Україні.

У травні 2014 року у мережі з'явився рекламний ролик, створений восени 2013 року на замовлення Міноборони РФ, що агітує вступати до лав збройних сил РФ. Цей ролик викликав критику за пропаганду війни і його оригінал видалили з відеохостингу Vimeo. Режим путіна для обґрунтування агресії проводить у пропаганді лінію між «нашими» та «фашистами» в Україні.

Інформаційну війну, що є інформаційним забезпеченням агресії Російської Федерації проти України, відомий російський політик Борис Немцов охарактеризував як війну нацистського режиму проти демократичної держави: «Виграти війну можуть

нацисти із Геббельсом на чолі. Те, що Україна програла інформаційну війну – це факт. Але те, що ви не повинні з цього приводу дуже переживати – це теж факт. Ви ж не нацистська держава», – сказав російський опозиціонер.

Президент росії путін і російська пропаганда називають агресивну війну Росії проти України «спеціальною військовою операцією на Донбасі» з метою «демілітаризації та денацифікації України». Неонацизм є головною темою проросійської пропаганди, він приписується чинній українській владі та її союзникам. Насправді в Україні відсутні ознаки нацизму, а це зокрема: територіальні амбіції, спонсований державою тероризм, расизм, нестримний расовий антисемітизм, фанатизм, диктатура, пропаганда агресивної війни, імперські амбіції. В Україні 2015 року прийнято закон про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки. В Україні прийнято закон про запобігання та протидію антисемітизму і про кримінальну відповідальність за антисемітизм.

Незважаючи на наявність в українському суспільстві окремих елементів ксенофобії, ніякої підтримки нацизму та ультраправой ідеології нема ні в уряді, ні в армії, ні на виборах. Президентом України став російськомовний єврей Володимир Зеленський, який виграв президентські вибори 2019 року, в той час як його опонентом був українець; в ході парламентських виборів 2019 року ультраправі націоналістичні партії не змогли отримати жодного місця у Верховній раді України. Проти звинувачень України в нацизмі висловилися провідні політики й авторитетні дослідники нацизму та геноциду: Генеральний секретар ООН Антоніу Гутерріш, канцлер Німеччини Олаф Шольц, голова комісії ЮНЕСКО щодо попередження геноциду Александр Гінтон і близько 150 вчених-істориків. З критикою звинувачень Путіна на адресу Зеленського в неонацизмі та геноциді виступили Меморіальний музей жертв Голокосту в Освенцимі і Меморіальний музей Голокосту в Вашингтоні.

Тож українцям варто зберігати голову холодною і не вестися на занадто емоційні повідомлення, що не підтверджені офіційними джерелами. У 2022 році, після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, блокування російських та проросійських ЗМІ було посилено. Зокрема, було заборонено трансляцію російських телеканалів, а також доступ до російських соціальних мереж.

Висновки. Отже, для підтримки тоталітарного режиму було створено модель повністю контрольованого владою інформаційного простору. Щоб контролювати все що чує, бачить, пише, каже та думає народ. Тоталітарний режим передбачає підкорення народу в усьому, що каже партія тому задля цього використовується маніпуляція.

Література. 1. Зорич О. Які стратегії і тактики використовує Росія в інформаційній війні проти України? // Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минулих. Діалоги з істориками. У 2-х кн. Кн. 1 / Відп. ред. В. Смолій. К.: НАН України. Ін-т історії України, 2022. С. 246-249. 2. Золотухін Д. Ю. Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014 – 2018. К, 2018. 384 с.

6. Ціна свободи: від Української революції 1917-1921 рр. до Євромайдану

Крістіна Погорела, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Протягом періоду з 1917 по 2014 роки Україна стала учасником багатьох болісних подій, які залишили глибокі рани в її історії. Починаючи з Української революції 2017 р. та громадянської війни, Україна була ареною для протистоянь ідеологій та політичних сил.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та узагальнення. Інформаційною базою послуговувалися праці вітчизняних, статті, опубліковані в періодичних виданнях, інтернет-ресурси тощо.

Результати та обговорення. Одним із найважливіших і найскладніших періодів в історії Українського народу XX ст. була Українська революція 1917–1921 рр. Ця доба була вершиною національно-визвольної боротьби, відродження української нації. Сформована тоді ідея державної незалежності стала визначальною для українського визвольного руху. Розбудовою Української Народної Республіки, Української Держави, Західно-Української Народної Республіки українці довели здатність і спроможність національного державотворення. Нинішня Україна є спадкоємицею державницьких традицій, закладених революцією 1917–1921 років. Подальша війна більшовиків проти українців, яка супроводжувалась страшним терором, голодомором, завершилась встановленням «совєтської» влади на території України. Болісною раною цього періоду був Геноцид 1932-1933 рр., як наслідок політики тоталітаризму проти українського народу, найбільша трагедія в його історії.

У свою чергу Друга світова війна призвела до ще більших страждань для українського народу: окупація та нацистський терор, масові репресії, голокост євреїв та інших національних меншин. Усе це призвело до величезних втрат для України. Продовжувала Україна страждати і в повоєнні роки. Сталінський режим провів масові політичні репресії, що призвели до мільйонів загиблих, а також до депортацій та переслідувань інтелігенції. У 1946-1947 рр. влада «червоних» знову тероризувала українців штучним голодом. Із наближенням розпаду «совєтського» союзу думка про незалежність все більше ширилась серед українців. Це переросло в референдум про незалежність та в Революцію на граніті. Тоді народ прагнув не дати владі підписати новий союзний договір із республіками «совєтського» союзу.

У 2004 р. в Україні спалахнув черговий протест – Помаранчева революція. Людей обурили масові фальсифікації на президентських виборах на користь лояльного до кремля В. Януковича. Революція гідності 2013-2014 рр. відкрила нову сторінку в історії України, відзначивши стрімке прагнення народу до демократії та європейських цінностей. Ці прагнення налякали нашого східного тоталітарного сусіда, який наважився розв'язати гібридну війну проти України у 2014 р., а потім і повномасштабну в 2022 р.

Висновки. Ціна свободи українського народу вимірюється досить високою ціною – життям наших найкращих синів і дочок. Так, ціна свободи велика, та наслідки неволі – жахливі. Бо будь-яке рабство завжди веде до падіння, руйнації та знищення.

Література. 10 років Революції Гідності.

<https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20231121-10-rokiv-revoluciyi-gidnosti-yak-ukrayinczi-vognem-i-krovyu-vyboryuvaly-majbutnye-v-yevropejskomu-soyuzi/>

7. Голодомор 1932-1933 років на Козятинщині (до 90-х роковин трагедії)

Богдана Дячук, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Голодомор 1932-1933 років в Україні є однією з найтрагічніших сторінок історії країни. Цей масовий голод виник у період колективізації та індустріалізації, які проводились радянським урядом під керівництвом Йосифа Сталіна.

Матеріали і методи. Дослідження побудовано на використанні різноманітних матеріалів: архівні документи, свідчення очевидців, статистичні дані, наукові статті, фотографії тощо. Використано методи: історизму, аналізу та синтезу, об'єктивізму, узагальнення, порівняння.

Результати та обговорення. Передумовою до виникнення голодомору 1932–1933 рр. стала чергова хвиля тотальної колективізації, яка почалася на початку 30-их років. Селян примушували вступати до колгоспів, а тих, хто відмовлявся, штрафували, конфісковуючи продукти. Нерідко людину могли визнати куркулем лише через те, що вона жила у трохи більшому достатку, ніж її односельчани. У деяких випадках цілі сім'ї, яких визнали куркулями, депортували до Сибіру. Їх відправляли залізничними ешелонами, зокрема і через наш Козятин.

Усе почалося із закону про хлібозаготівлі, що вийшов на початку 30-х років. Під хлібозаготівлею розуміли не лише забирання зерна, а й картоплі, цукрового буряка, інші продукти. Зібране у селян зерно та продукти вантажили у товарні вагони та відправляли зі станції Козятин. У самому Козятині колгоспів не було, вони були у селах Козятин та Іванківці. Для селянина піти у колгосп було чи не єдиним шансом вижити. Там працювали за трудодні: треба було виконати певну норму роботи, за що давали оплату в основному харчами. Але заробити навіть один трудодень було не так просто, а плата за нього була мізерною. Це змушувало людей переходити до радикальних дій. У березні 1932 р. у с. Козятин люди намагалися розібрати зібрану картоплю і посівний матеріал. Тим, хто жив у місті, пощастило трохи більше – у нас на той час була і залізниця, і декілька великих підприємств, серед них кооптах – сучасний м'ясокомбінат і плодово-овочевий комбінат, замість якого тепер швейна фабрика. Але так звані «продовольчі труднощі» як їх називала влада у документах, були і в нас. Навіть залізничникам не давали вчасно зарплату та у достатній кількості продукти харчування, через що серед працівників залізниці були бунтівні настрої, про які влада дізнавалася завдяки донощикам.

Залізничників трохи забезпечували харчами, втім забезпечували – дуже гучно сказано. У вищезгаданому спецповідомленні зазначалося, що для залізничників на травень отримали лише борошно, і те в недостатній кількості. А м'яса, олії, крупи і риби не отримали зовсім. І це все лише про 1932 рік.

Доведено до безвиході люди крали в колгоспах солому, картоплю і полу, робили підпали, організовували масові виступи. Ще один факт – у квітні 1932 року селяни побили сторожів Юзефо-Миколаївського цукрового заводу, який тоді був бурякорадгоспом, проникли всередину й намагалися викрасти посівну картоплю.

Крім того, люди масово почали виходити з колгоспів. У липні 1932 року у Вовчинці більше половини господарств, які входили до місцевого колгоспу (300 з 477) подали заяви про вихід.

Справжні жахи почалися у 1933 році. У прикордонних районах Вінницької області становище було трохи кращим, натомість у районах, близьких до Київського, в числі

яких Козятинщина, були «продовольчі труднощі і випадки недоїдання» – так писали в документах, які мали гриф «цілком таємно».

Їсти було нічого. Люди часто залишали своїх дітей на вокзалах, бо не було чим їх прогодувати. В одній з доповідних записок йдеться про те, що на вокзалі станції Козятин з 1 січня по 11 лютого 1933 р. залишили 8 дітей, в іншій записці за березень того ж року йдеться про те, що за 11 днів на вокзал підкинули 18 дітей. Люди почали масово пухнути від голоду. Щоб хоч якось прохарчуватися, у сусідніх з нами Іванківцях робили борошно з каштанів. У цьому селі в березні 1933 р. було три випадки смерті від голоду серед колгоспників.

Багатоох рятувала від голодної смерті салотопка, що була в районі сучасної Білої Казарми. Туди викидали померлих коней, собак, котів та інших тварин і доведені до безвиході голодні люди з навколишніх сіл як вночі, так і вдень приходили з ношами і сокирами забирати м'ясо. Були навіть випадки, коли били сторожа через те, що він намагався завадити селянам. У квітні 1933 р. обласну владу повідомляли про те, що на вокзалі станції Козятин почастишали випадки смертей. Наприкінці квітня у всіх населених пунктах Козятинського району становище погіршилось. Опухлих від голоду ставало все більше. «У селі Козятині здохла корова, коли її везли на салотопку, за нею йшов натовп селян, осіб 20 з сокирами і ножами, вони благали конюха віддати їм труп тварини», – це цитата з доповідної записки начальника Козятинського районного відділу Державного політичного управління. Мешканець того ж таки села Козятина Дмитро Шкільнюк заробив 300 трудоднів у колгоспі, та попри це і він, і вся його сім'я опухли від голоду. Це свідчить про те, що людям не давали плати, навіть якщо вони працювали понаднормово.

У Музеї голодомору зберігаються свідчення козятинчанки Надії Стецюк. Вона народилася вже у 1940 році, про події 1932–1933 років їй розповіла мама – Василина Онофрійчук, яка мешкала в селі Козятині. Василина під час голодомору працювала у колгоспі «Здобуток жовтня» і, за переказами її дочки, тодішній голова доклав усіх зусиль, щоб селянам було хоча б трохи легше пережити голод. «Хто звертався до нього за допомогою, коли ситуація була вже зовсім безнадійною, старався допомогти з харчами. Також влаштував у колгоспі обіди для членів того ж колгоспу, а також найбідніших, немічних людей та дітей. А в часи розкуркулення навіть попереджував про дії влади, щодо так званих куркулів, звісно вночі і перед величезним страхом», – йдеться у спогадах Надії Стецюк.

За два роки у Козятинському районі померло від голоду більше 8 тисяч людей. І це лише офіційні дані, насправді жертв було значно більше. У списку померлих за 1933 рік мешканців с. Козятина серед офіційних причин смерті: декомпенсація серця, туберкульоз і старість, часто причина смерті взагалі не вказана.

Висновки. Голодомор 1932-1933 років на Козятинщині був частиною страшної трагедії, яка спричинила масові голодування та смертельні наслідки серед населення в Україні. Ця трагедія мала серйозний вплив на український народ та його історію. Пам'ять про голодомор є нагадуванням про важливість запобігання подібним трагедіям у майбутньому та збереження пам'яті про загиблих.

Література. 1. П.С. Григорчук, І.М. Романюк. Голод 1932-1933 рр. на вінничині. <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/38b12b53-7061-44d8-9183-751525f098fb/content>. 2. Олена Удвуд. Як жив Козятин в роки голодомору. <https://kozyatyn.info/Podii/yak-zhiv-kozyatin-v-roki-golodomoru-11465362.html>.

8. Академік Віктор Михайлович Глушков – засновник нового етапу у розвитку людської цивілізації

Ілля Левицький, Світлана Буравченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Віктор Михайлович Глушков – український науковець, піонер комп'ютерної техніки, автор фундаментальних праць галузі кібернетики, математики і обчислювальної техніки. Глава наукової школи кібернетики. Лауреат численних премій і нагород. Почесний член багатьох іноземних академій. Засновник Інституту кібернетики імені Віктора Михайловича Глушкова НАН України, який і очолював до 1982 р.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та узагальнення. Інформаційною базою для дослідження послуговували історичні джерела, наукові статті, архівні матеріали тощо.

Результати та обговорення. Віктор Михайлович Глушков, народився 24 серпня 1923 року в Ростові-на-Дону. З молодих років цікавився наукою та проводив інтенсивну науково-дослідну роботу. У 1951 році захистив кандидатську, а у грудні 1955 року – докторську дисертацію у Московському державному університеті (МГУ ім. Михайла Ломоносова). Наступні 25 років активного життя науковця Віктора Михайловича найтіснішим чином пов'язані з Академією Наук УРСР та Інститутом кібернетики АН УРСР.

У 1962 на базі Обчислювального центру Глушков створив Інститут кібернетики АН УРСР. Будучи його директором, він збудував цілий комплекс корпусів на краю Києва («Кібцентр») та житлові багатоповерхові будинки для співробітників Інституту. Так, за 20 років кількість працівників інституту зросло з кількох сотень до кількох тисяч. Значну увагу приділяв популяризації кібернетики як науки, та автоматизації економіки Радянського Союзу. В Інституті кібернетики під його науковим керівництвом було розроблено ЕОМ «Київ» і першу в Україні та колишньому СРСР напівпровідникову керуючу машину широкого призначення «Днепр». Попередниками персональних комп'ютерів стали машини для інженерних розрахунків «Промінь» (1963), «Мир-1» (1966), «Мир-2» (1969), у яких було реалізовано запропоновану Віктором Михайловичем Глушковым ідею ступеневого мікропрограмного управління. Практично всі розроблені в Інституті ЕОМ за його керівництва в свій час майже не поступалися закордонним аналогам і мали оригінальну архітектуру. Помер 30 січня 1982 року після тяжкої хвороби. Похований у Києві на Байковому кладовищі.

Висновки. В. Глушков сформулював поняття кібернетики як наукової дисципліни з комплексною методикою досліджень, визначив проблеми найефективнішої взаємодії людини з машиною і шляхи їх розв'язання. Запропоновані ним побудови «око-рука», «читаючий автомат», самоорганізуюча структура поклали початок новим прикладним технологіям, пов'язаним зі створенням так званого штучного інтелекту. Віктор Глушков своїми фундаментальними ще за життя здобув визнання міжнародної наукової громадськості.

Література. 1. Онопрієнко В. І., Гаврилюк Л. О. Глушков Віктор Михайлович. Енциклопедія історії України. Інститут історії України НАН України. 2. Академик В. М. Глушков – пионер кибернетики / Составитель В. П. Деркач. – К. : Юниор, 2003. – 384 с. 3. Капитонова Ю. В., Летичевский А. А. Парадигмы и идеи академика В. М. Глушкова. – К. : Наукова думка, 2003. – 456 с.

9. Історична постать Б. Хмельницького та національно-визвольна війна 1648-го року - маловідоме про широковідоме

Анастасія Хугасва, Артем Курас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У нашій історії постать Богдана (Зиновія) Хмельницького невід’ємна від найсильніших прагнень українського народу до щастя, волі і справедливості. Саме з ним пов’язане становлення Української держави, формування української нації.

Матеріали і методи. Доповідь побудована на використанні різноманітних матеріалів. Інформаційною базою послуговували статті, праці вітчизняних учених, опубліковані в періодичних виданнях, інтернет-ресурси.

Результати та обговорення. 30-ті роки XVII ст. відіграли важливу роль у становленні політичних поглядів Богдана Хмельницького. Саме в цей час він остаточно переконується в хибності політичного устрою Речі Посполитої, доходить висновку про необхідність об’єднання дій різних груп козацтва в боротьбі за «вільності й віру», досягнення союзу козаків з іншими верствами населення, в тому числі зі шляхтою та селянством. Розпочата великим українським гетьманом війна за визволення своєї батьківщини з-під чужоземного поневолення і створення національної держави справила серйозний вплив на політичний розвиток Східної і Південно-Східної Європи. Щирим захватом, любов’ю, активною підтримкою патріотична діяльність Богдана Хмельницького користувалася з боку трудящого люду, січовиків, значної частини козацької старшини та духовенства України. Очоливши боротьбу народних мас проти іноземного панування, за досягнення національної незалежності, він, за свідченням тогочасних джерел, став для них «руським Мойсеєм», «крятивником усієї Русі», «батьком вітчизни», «відновлювачем віри».

В умовах наростання невдоволення козацтва свавіллям властей, магнатів й орендарів, цькування із боку Д. Чаплинського (оволодів весною 1647 хутором Х.) він розпочав підготовку повстання. Після її провалу втік на Запорозжя, де за підтримки запорожців 4 лютого (25 січня) 1648 оволодів Микитинською Січчю, 9 лютого (30 січня) відбив наступ урядових підрозділів. У середині лютого обраний гетьманом Війська Запорозького. Із цього часу очолив національну революцію, що спалахнула в Україні.

Висновки. Повстання козаків на Запоріжжі було подією величезного історичного значення. Воно знаменувало початок визвольної війни проти шляхетської Польщі. Саме тоді звідси рознеслися полум’яні слова першого універсалу до українського народу його великого сина: «Не підкоряйтесь більше своїм урядникам, як невільники, ви, чий батьки не визнавали ніяких панських законів і не підкорялися жодним королям... Проти всіх тих несправедливостей, які учинені вам, немає іншого способу, як тільки силою та страхом смерті зламати поляків... Ідіть на Запоріжжі у неприступні місця Дніпровського низу, і вдаримо на поляків... Було б дуже добре, якби на поляків вдарили без будь-якого зволікання козаки та селяни одразу і спільно».

Література. 1. В. Замлинський. Богдан Хмельницький. К.: «Наукова думка», 2022. 323 с. 2. В. Л. Смолій, В. С. Степанков. Богдан Хмельницький (соціально-економічний портрет). К.: Либідь, 2021. 624 с. 3. Енциклопедія Історії України. К.: Наукова думка, 2021. 773 с.

10. Осада Чигирина про минуле заради сьогодення і майбутнього

Софія Мельничук, Артем Курас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Чигиринські оборони 1677 і 1678 років — кульмінаційний епізод російсько-турецької війни 1676—1681, коли війська Османської імперії двічі облягали м. Чигирин, військово-стратегічний центр Правобережної України.

Матеріали і методи. На початку 1677 року султан Мегмет IV довідався, що його васал гетьман Петро Дорошенко здався російському війську, а Чигирин зайняв російський гарнізон. Султан прийняв рішення захопити Чигирин і відновити свою владу над землями вздовж правого берега Дніпра.

Результати та обговорення. Перші загони османців з'явилися під Чигирином вже 9 серпня, Ібрагім-паша надіслав до коменданта Чигирина ультиматум з вимогою здатися, але отримав відмову.

Османці вели сильний гарматний обстріл Чигирина. 7 вересня в рішучому бою османці й татари були розбиті. Повернувшись до Чигирина, Ібрагім-паша наказав посилити обстріл міста, і під цим прикриттям організував відступ в ніч на 8 вересня, а вже 15 вересня військо князя Г.Ромодановського та І. Самойловича підійшло до Чигирина.

За невдачу під Чигирином султан Мегмет IV наказав ув'язнити Ібрагіма-пашу та скинув Селім-Геряя I з ханського трону, замінивши його Мурад-Гересем.

Чигиринська оборона 1678. Мегмет IV не змирився з невдачею й вирішив послати на Чигирин ще більше військо. На чолі нового походу султан поставив Кара-Мустафу. Поставлений перед перспективою сильнішої навали, царський уряд став уживати заходів, щоб зміцнити зруйнований першою облогою Чигирин, посилити його залогу, на чолі якої став воєвода окольничий І. Ржевський. Спроба Кара-Мустафи розгромити його закінчилася невдачею.

30 серпня почався відхід османського військ від Дніпра. Згодом, військо кн. Г. Ромодановського й І. Самойловича переправилося на лівий берег Дніпра, закінчивши чигиринську кампанію 1678.

Висновки. Чигиринські кампанії 1677 і 1678 показали, що реформи російської армії (створення «полків нового строю») суттєво підвищили її боєздатність. Козацьке військо також виявилось на високому бойовому рівні.

Література. 1. Енциклопедія історії України. Галушка А.А. Чигиринські оборони 1677 і 1678 [Електронний ресурс]. 2. Гордон П. Щоденник генерала Патріка Гордона. М., 1891. с. 9.

11. Full-scale Russian invasion on Ukraine

Liza Diakova, Oleksandr Pylypenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. February 24, 2022 forever divided the lives of Ukrainians into before and after. At five o'clock in the morning, Russian troops carried out a massive air attack on the entire territory of Ukraine and began a full-scale military offensive. For eight years of terror in Donbas and the occupation of Crimea, the cannibalistic appetite of the aggressor's country has grown. This war is the first in the history of mankind, which takes place during the time of the existence of social networks, mobile phones from which you can control satellites, satellites themselves, from which you can see everything on earth, nuclear power plants, combat drones and other technological components of modern civilization.

Materials and methods. Articles published in periodicals and Internet resources were used to study the topic of Russia's full-scale invasion of Ukraine.

The results. The Russian army carries out insidious attacks on civilian objects, medical facilities and schools, completely destroys Ukrainian cities, fires at "green" evacuation corridors, regularly disregards the norms of the Geneva Convention of 1949 on the protection of the civilian population in time of war and commits war crimes, cynically killing Ukrainians. According to the UN, at the end of March, 60% of Ukrainian children were forced to leave their native homes due to the military actions of the Russian side. During the First Strategic Defense Operation, the Armed Forces of Ukraine inflicted a strategic defeat on Russian troops in the North-West operational zone as a result of the battles for Kyiv, Gostomel airport and the Irpin agglomeration. As a result, the enemy was forced to retreat from the Kyiv, Chernihiv, and Sumy regions. On April 13, the Armed Forces of Ukraine hit the flagship of the Black Sea Fleet, the Moscow missile cruiser, with R-360 Neptune missiles, which sank on April 14. The destruction of the enemy flagship finally eliminated the threat of a Russian naval landing in the Odesa region and allowed the Defense Forces of Ukraine to begin an operation to restore control over the island. Zmeiny and the northwestern part the waters of the Black Sea in order to unblock the ports. It was possible to do this starting from September 2022 during the strategic offensive operation. The success of the Kharkiv and Kherson offensive operations of the Defense Forces of Ukraine forced the Russian aggressors to resort to partial mobilization, the mass involvement of mercenaries from among the prisoners, acceleration measures to transfer the economy to military lines. The enemy managed to saturate the front with manpower and increase the pressure on the positions of the Ukrainian military in the Eastern operational zone. Ukrainian troops have switched to strategic defense. Defense forces of Ukraine are holding back the enemy in the Kupyan, Lyman, Bakhmut, Avdiiv and Novopavliv directions, conducting defensive operations. The defensive battle for Bakhmut.

Conclusion. Today, Ukrainians are more united than ever - they stop tanks and armored personnel carriers with their bare hands, go to rallies in occupied cities, because they don't know how to keep quiet. Every Ukrainian selflessly fights for his country on his front as a volunteer, journalist, hacker, cook, driver, artist, etc. The war erased all shaky planted constructs that brought disunity, the awareness of Ukrainian identity inevitably crystallizes in every citizen of Ukraine.

Literature. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/rosiya-viyna-ukrayina-shcho-dali/31739012>; <https://uadim.in.ua/mystectvo-zmin/prokydaysia-viyna-pochalas>. <https://armyinform.com.ua/2023/02/24/hronologiya-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny-etapy-vidsichi-vtorgnennya-rf/>

12. Women in the Ukrainian nationalist underground of the 40-s and 50-s of the 20-th century

Olexandra Haonchar, Olexandr Pylypenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. After the start of the full-scale invasion of Ukraine, thousands of women joined the Armed Forces of Ukraine to protect our country from the invaders. Since 2014, women have been taking an active part in the development of the army. They organize medical services, volunteer funds, join actions and rallies in support of the military. But this is not the first time in the history of Ukraine. Women have always played an important role in the confrontation with the enemy, both today and during the struggle of the OUN and the Ukrainian Insurgent Army against the invaders. They defended the national idea side by side with men and their exploits should be engraved in our memory and the memory of our future generations.

Materials and methods. For an in-depth study of the issue of women's struggle in the Ukrainian underground were used scientific articles and historical collections, books, chronicles of modern Ukrainian historians. The information base of the research is the works of Ukrainian scientists, articles published in periodicals, chronicles, and Internet resources. The work uses the following general scientific and special methods: analysis, synthesis, generalization.

The results. Since the creation of the OUN in 1929, the resistance movement on Ukrainian lands has become stronger, and with the involvement of women in it, it has become massive. Work in the organization required strict idealism and firmness, so ukrainians who were sensible and confident in their intentions, got there. Women performed their own functions and tasks in the underground, because they, on the same level as men, had a great desire and motivation to liberate Ukraine from enemies and build their own independent state. During the Second World War, the Soviet authorities took a particularly serious approach to the issue of insurgents, who were threatened with repression and mobilization. Men were the first to be hit. Because of this, women began to join the ranks of the UPA. And over time, the area of responsibility of the female part of the organization expanded. From auxiliary economic work, they moved to intelligence, military operations, and communications tasks. Women coordinated the work of units on various scales, set up hiding places in their homes, performed rear functions for fighters and provided them with all the necessary things. A huge role was played by the medical service, which was also organized by women. The work of medics was not easy because of the difficulty of the insurgents' activities behind enemy lines. In 1943, the Ukrainian Red Cross began to exist as part of the UPA. It provided training for medics, production of medicines and care for the wounded.

Women began to occupy more responsible positions and had authoritative names. They often had to combine motherhood with hard underground work. Because of this, starting a romantic relationship was forbidden and there were certain rules and restrictions in this regard. Propaganda was a special type of art that was actively developed by women. But only the most capable and educated worked on it. They wrote and edited magazines, articles, brochures, stories for both adults and youth. The spread of nationalist publications was necessary, so it was often needed to resort to extremes, for example, attacks on paper factories. After the return of the Soviet regime, this work became especially dangerous for women, as it threatened both them and their families. But each of them continued to fight until the last. Most of them died at the hands of the Soviet special services, and some committed suicide in order not to be captured.

Famous women in the Ukrainian army. It is worth noting that the Armed Forces of Ukraine include not only Ukrainian citizens but also volunteers from other countries.

For example, on September 14, 2022, it became known that soldier Olga Simonova "Simba" was killed. A Russian by birth, who fought for freedom in Ukraine, she was from Chelyabinsk. The girl was 34 years old. Another heroine of the Ukrainian army is Kateryna Polishchuk, nicknamed "Ptashka" (bird in Ukrainian). She is a paramedic who was part of the Ukrainian Armed Forces at the Azovstal plant, which was under siege by the Russians and lasted for more than a month. The paramedic became famous when videos of her singing at the Azovstal plant surrounded by Russians went viral. The girl inspired the defenders of Mariupol not to lose their morale. After the Ukrainian military voluntarily withdrew from the plant, a number of soldiers, including Ptashka, were captured by the Russian occupiers. Later, as part of a large prisoner exchange, Kateryna Polishchuk was returned to Ukraine. After arriving home, she admitted that she did not expect to return home. Paramedic Yulia Payevska, call sign "Tyra". During the 8 years of war, Yulia has seen people die and cities perish. On March 16, she was taken prisoner when she was transporting women and children by bus from Mariupol to Zaporizhzhia. Tyra says little about the details of her captivity. The first few days without food and water. Minus 10 kg of weight in three months. 22 women in a cell measuring three by six meters. Singing the Russian national anthem several times a day. Yulia was released on June 17, 2022. The details of the exchange have not yet been disclosed by either side. Russian propagandists called the exchange of Payevska "the height of cynicism and a spit in the face of the prisoners" of the Russian Federation. As Deputy Prime Minister Iryna Vereshchuk once said, Ukrainian women soldiers are treated in an atrocious manner in Russian captivity. Women are shaved head and their dignity is humiliated. We are not able to name all Ukrainian women soldiers. However, we can definitely pay tribute to them.

Conclusions. In conclusion, it should be noted that women did not limit themselves to easy tasks. Their sphere of influence was expanding. They provided a reliable rear for the Ukrainian insurgents, medical care and provided assistance to the families of the underground. The number of women in the OUN and UPA grew and the concept of gender stereotypes disappeared. It doesn't matter what gender you were, because a nation will exist when everyone fights for it. Propaganda and intelligence referents were mastered by women. Women's determination and desire for Ukraine's independence forced women underground to take risks together with men. Therefore, the end of their activity was death or stay in camps and prisons.

Literature. Antonova T. (2020). Women and their «peaceful», «semi-peaceful» and «military» roles in the struggle against the OUN and the UPA. Ukrainian Liberation Movement. Lviv, No. 9, P. 138–146. (ukr); Derevyanyi I. (2020); Ukrainian Red Cross. Ukrainian Rebel Army. History of the Unconquered. Lviv: Tsentr doslidzhen vyzvolnoho rukhu, P. 104–111. (ukr); Kis O. (2021) National Liberation Competitions as Testing the Limits of Traditional Femininity: Women's Experiences in the National Underground 1940 s–50s. Ethnic History of the Peoples of Europe. Issue 48, P. 61–78. (ukr); Onyshko L. (2024). The role of women in the Ukrainian national liberation movement of the mid-20th century. Ukrainian liberation movement. Lviv, No 3, P. 30 – 38. (ukr); Onyshko L. (2007). "The sun was smiling at us through the rusty bars...": Kateryna Zaritska in the Ukrainian national liberation movement. Lviv; Toronto: Litopys UPA, Serii Biblioteka, T. 8, 912 p. (ukr).

13. Історія Волині: від найдавніших часів до сьогодення

Олександр Цюприк, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Метою нашого дослідження є вивчення історії важливого історико-географічного регіону – Волині. Проаналізувати важливість регіону та його роль в історії України, в історії українського народу від найдавніших часів (поселення Дулібів) до сьогодення.

Матеріали і методи. Для вивчення історії рідного краю були використані історичні матеріали, дані археологічних досліджень та архівів. Тризуб- малий герб, має своє коріння ще з княжого роду Рюриковичів.

Результати та обговорення. Все починається з поселення Волинян та Дулібів, котрі проживали на території сучасної Волині та згадувалися в таких пам'ятках писемності, як: «Повість минулих літ», «Книга повідомлень і розсудів», Іпатіївський літопис, «Книга дорогоцінних скарбів», «De Administrando Imperio». Волинське князівство - основа могутності Королівства Русь (1253 р.). з часів Романа Мстиславовича, Данила Романовича, династій від Василька Романовича до Володимира IV). Елементи, що зображені на великому гербі відомі ще з часів Галицько-Волинського князівства й беруть свій початок за часів правління Данила Галицького та у часи Війська Запорізького. Династія Любартів та Острозьких були рятівниками української культури та писемності. Саме в ей період були створені Острозька Академія, Пересопницьке Євангеліє, друкарня Івана Федорова. Берестейська унія – стала основною причиною козацько-визвольного повстання під проводом Сагайдачного та Наливайка. Загально відомі походи на Волинь під проводом Богдана Хмельницького. Сім'я Косачів-Драгоманових – е були генії, які не цуралися рідної культури. (Олена Пчілка, Леся Українка, Михайло Драгоманов). Волинь стала полем битви під час двох світових війн. ОУН УПА вела боротьбу проти більшовицького режиму на намагалась протидіяти масовому голодомору 1946-1947 років.

Висновки. Волинь стала осередком зародження української державності, що бере свій початок з часів Романа Великого. Попри втрату державності Волинь продовжувала зберігати та розвивати українську культуру, формуючи нову політичну українську націю за допомогою діяльності найкращих її жителів та дітей: князів Острозьких, Смотрицьких, Федоровича та інших діячів. Цей регіон і надалі був центром важливих для становлення сучасної України подій, таких як діяльність УПА та активна участь у національно-визвольних змаганнях початку 20 століття. Волинь і досі залишається важливою частиною української етнічної території та відіграє важливу роль в її політичному житті, підтвердженням чому є той факт, що перший глава УНР як і перший президент України були уродженцями Волині.

Література: Байцар Андрій. Українські землі на картах Себастьяна Мюнстера (XVI ст.) <http://baitsar.blogspot.com/2020/03/xvi.html>; Волинь в умовах демократичної трансформації (кінець XX — початок XXI ст.) / [Алісова О. І. та ін.] ; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк: СЛУ ім. Л. Українки, 2021. 655 с. : іл., табл.; Гайдай Л. Історія України в особах, термінах, назвах і поняттях. Луцьк : Вежа, 2020. 435 с.

14. Перші політичні партії в Україні (кінець 19-поч. 20 ст.)

Максим Бойко, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Історія державності України є дуже актуальною темою в наш час, тому ми маємо піднімати це питання для молоді та підростаючого покоління. В Європейському Союзі кожна країна має свою власну багату історію та різноманітну культуру, яку потрібно ретельно вивчати і знати.

Матеріали і методи. Для вивчення політичної історії України були використані історичні матеріали та фонди архівів. Опрацьовано наукову літературу з історії виникнення політичних партій на теренах Наддніпрянської України.

Результати та обговорення. Перед Першою світовою війною Україна переживала складні соціально-економічні та політичні процеси. Зокрема, у 1917 році, у результаті февральської революції в Росії, в Україні виникла можливість для політичної активності та вираження національних інтересів. У цей період українські політичні сили грали ключову роль у формуванні нового політичного ландшафту. Революційна Українська Партія виступала за ідеї національної незалежності та реформ, проте її діяльність була короткочасною через різні обставини тогочасного політичного клімату. Українська демократично-хліборобська партія (УДХП) – українська політична партія консервативного напрямку. Заснована в травні 1917 року за ініціати-вою С. Шемета, М. Боярського, В. Шкляра, Л. Климовця, М. Макаренка. Установчі збори відбулися 29 червня 1917 року в Лубнах за участі 1 500 селян та 20 дідачів. Спочатку партія мала назву Українська демократична партія. Революційна Українська Партія (РУП) виникла наприкінці XIX - на початку XX століття в умовах соціальних та політичних змін, що відбувалися в Україні. Українська народна партія (УНП, НУП) — перша українська націоналістична партія, заснована 1902 року Миколою Міхновським у Харкові, продовжила справу Тарасівців. Серед чільних діячів УНП були також: Микола, Володимир і Сергій Шемети, Олександр і Сергій Макаренки, Василь і Грицько Шевченки, Олександр Степаненко, Євген Любарський-Письменний та інші. Політичне кредо партії сформульовано Міхновським у його творі «Десять заповідей УНП» (1903 р.), що проголошували «самостійну демократичну республіку, шанування української мови, традицій». Гасло «Україна для українців» трактувалося таким чином, що саме український народ має бути господарем на своїй землі. При УНП діяла створена в 1903 році бойова організація «Оборона України». Діяльність УНП поділяється на два періоди. Перший охоплює 1902—1904 роки й характеризується плідною теоретичною роботою, спрямованою на обґрунтування ідеї самостійництва. Другий етап включає 1904-1907 роки – час, коли партія прагнула дійти до народних мас, української національної інтелігенції.

Висновки. У нашого народу дуже складна історія державотворення. Наші люди не захотіли бути рабами у інших народів, тому українці постійно чинили гідний опір поневолювачам. Політичні партії були одним із засобів боротьби за власну державу. В своїх політичних програмах вони відстоювали вимогу самостійної держави.

Література: 1. Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова); Інститут історії України НАН України. К. : Наукова думка, 2012; 2. Касьянов Г. В. Українська інтелігенція на рубежі XIX-XX століть: Соціально-політичний портрет. К.: Либдь, 1993. 176 с.; Висоцький О. Ю.; Степанюк В., Довбищенко Я. 3 історії українського соціал-демократичного руху 1900 – 1918 рр. Х. 1918. 234 с.

15. Історія Збройних сил України

Ельдар Сіянюк, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Історія Збройних сил України нараховує дуже багато років. В наш час саме українська армія веде боротьбу за збереження незалежності нашої держави.

Матеріали і методи. Для вивчення військової історії України були використані історичні матеріали, опубліковані джерела, та фонди архівів. Опрацьовано наукову та публіцистичну літературу з історії Збройних сил України.

Результати та обговорення. Формування національних збройних сил припадає на початок ХХ ст. й збігається з формуванням сучасної української нації. В офіційній історіографії цей період позначається як «Українська революція». Цей процес припав на кінець Першої світової війни та формування легіону Українських січових стрільців, основою для формування якого слугували українські парамілітарні організації Галичини: товариство «Сокіл» та національна скаутська організація «Пласт». За часів Української Держави Павла Скоропадського розбудову національних збройних сил було продовжено. Збройні сили Української Держави розбудовувалися з більш системним підходом аніж попередні спроби. Одночасно з цими подіями, після падіння Російської імперії 1917 р., на українських землях утворилися численні військові угруповання, в тому числі загони Вільного козацтва, Українська Повстанська Армія батька Махна, більшовицьке Червоне козацтво. Останнє стало основою збройних сил маріонеткових УСРР, а після поразки Української Народної Республіки були включені до складу Червоної армії. Після розвалу Австро-угорської імперії у 1918 р. на захист Західноукраїнської Народної Республіки постала Українська Галицька Армія, основу якої склали підрозділи Українських Січових Стрільців колишньої австро-угорської армії. У роки другої світової війни українці знов намагалися відродити незалежність і організували збройні загони і з'єднання, зокрема УПА, але всі вони були знищені радянською владою протягом декількох років після закінчення війни, а українці знов вимушені були служити у лавах Радянської армії.

Після проголошення 24 серпня 1991 р. незалежності України, вона успадкувала від СРСР одне з найпотужніших угруповань військ у Європі, оснащене ядерною зброєю та відносно сучасними зразками озброєння та військової техніки. 24 серпня 1991 р. Верховна Рада України ухвалила рішення про взяття під свою юрисдикцію усіх розташованих на українських теренах військових формувань Збройних сил колишнього СРСР, та про створення одного з ключових відомств – Міністерства оборони України. Після перемоги в Києві Євромайдану в лютому 2014 р., Росія розпочала військову агресію проти української держави. Період від 2015 характеризується створенням якісно нового війська — чисельність збільшено до 250 тисяч, збільшено бюджетне фінансування, переглянуто грошове забезпечення особового складу. У серпні 2015 р. розпочалася нова військова реформа та модернізація Збройних сил України. Продовженням агресивної політики Російської Федерації стала широкомасштабна інтервенція російських військ у лютому 2022 р. Українська армія веде боротьбу за збереження незалежності нашої держави.

Література. Родін І. Батальйон Донбас. Записки добробата. К.: Фоліо, 2020. 150 с.; Plokhyy Sergiy. The Russo-Ukrainian War: The return of history. NY: Norton and Company, 2023. 340 p.

16. Грошовий обіг під час Визвольних змагань (1917-1919 рр.)

Дмитро Сисосів, Олена Пивоваренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Національна грошова одиниця та її стабільність є умовою і запорукою існування суверенної держави. На сьогодні, в умовах війни, ця проблема постає гостро для нашої держави. Тому ми вбачаємо необхідність у вивченні історичного досвіду у цьому питанні.

Матеріали і методи. При дослідженні використані каталоги, статті та монографії по нумізматиці. Методи: історичний, дедуктивний, хронологічний, аналітичний.

Результати та обговорення. У 1917 р. в Україні валютою залишався царський рубль, а ціни підскочили на 100%. Виник грошовий голод. Тому для УНР проблема власної валюти постала гостро. При цьому, страждаючи від нестачі грошей, УНР зберігала у недоторканості стару банківську систему.

Проект першого знаку в 100 карбованців виконав Г. Нарбут. 23.12.1917 р., білет 100 карбованців став першим в українській державній емісії. Проте, при падінні вартості паперових грошей терміновий випуск білетів у 100 карбованців не вирішив питання «грошового голоду». Тоді були використані чеки Державного банку, які випускали номіналами у 100, 200, 400, 500 і 1.000 карбованців на гарному папері з водяними знаками. Це була друга емісія Центральної Ради. З 1 березня 1918 р. основною грошовою одиницею УНР стала гривня, що містила 8,712 (0,383 грам чистого золота) долі чистого золота і ділилась на 100 шагів. Проте вони не мали необхідного ступеню захисту та були неналежної якості.

Українська держава під проводом П. Скоропадського спочатку користувалась грошима попередників. Невдовзі в обігу з'явилися 3,6% облігації внутрішньої позики із назвою «Білет державної Скарбниці» номіналом 50, 100, 200 і 1.000 гривень. Було проведено ряд заходів по зміцненню української валюти: обмежено ввіз в Україну російських грошей; поступово російські купони, облігації та інші сурогати грошей взагалі вилучались; введена заборона на «керенки». Необхідність у виплатах змусила уряд вдаватись до активної емісії гривні, що закономірно призвело до гіперінфляції.

З приходом до влади Української Директорії, було ухвалено закон, згідно якого паперові гроші імперії від 1 до 100 рублів підлягали обміну. Також всі неукраїнські гроші, номінал яких перевищував 100 карбованців переставали бути легальним платіжним засобом. При цьому Директорія використовувала запаси грошей випущених, ще урядами Центральної Ради і гетьмана, а також російських рублів. Німецькі марки і австрійські крони були в обігу серед населення, як не обов'язкові, разом з ними курсували і бони. Вже в Кам'янець-Подільському було випущено в обіг купюри по 10, 25, 100, 250, і 1.000 карбованців. Проте, на цьому випуск грошових знаків не припинився. Вже у Відні (Австрія) були підготовлені до друку купюри у 50 і 1.000 гривень за ескізами Г.Нарбута. Оскільки вже наприкінці 1920 року наказом С.Петлюри уряд Директорії був розпущений, відпала необхідність і у власній валюті.

На початку 1919 р. маріонетковий Український Радянський уряд використовував карбованці Директорії. Але, вже 1 червня 1919 р. в Радянській Україні була узаконена єдина грошова одиниця – рубль РРФСР.

Висновки. Отже, українська влада впроваджувала національну валюту. Проте, непослідовність, непродуманість та поспішність щодо грошової політики урядів, часів визвольних змагань, привели до грошового хаосу, який став далеко неостаннім фактором, що підірвав довіру до української незалежності.

17. Інтернет-комунікація як новий засіб комунікації

Ярослав Гвоздиченко¹, Людмила Приблуда²

Національний технічний університет України¹

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна²

Вступ. Поява інтернету як ресурсу, що використовується для збереження, накопичення, передачі інформації в часі та просторі привело до дедалі більшого поширення його впливу на спілкування між користувачами мережі зокрема та зумовило виникнення нової форми комунікації загалом.

Методи та матеріали. У науковій праці використано описовий метод.

Результати та обговорення. О. Бегерська зауважує, що з появою електронно-обчислювальних машин будь-яка комунікативна дія, що здійснюється за допомогою комп'ютера, буде визначатися як комп'ютерна комунікація[1]. Дослідниця зазначає, що обмін інформацією під час комунікації відбувається завдяки використанню таких сервісів, як форуми, чати, персональні сторінки[1].

М. Мягка підкреслює: «Комунікативна функція визначається самою сутністю тексту. Комунікативний акт включає в себе такі елементи, як автор (адресант), текст, адресат, контекст. Взаємодія з текстом можлива за умови занурення суб'єкта в продукт відповідного часу, тобто в текст. Комунікація як спосіб «спілкування» з текстом та сприйняття різняться, оскільки в основі активної взаємодії з текстом лежить принцип діалогу. Рівні та глибина відносин «учасників» діалогу залежать не тільки від якісних характеристик тексту, а й від інтелектуально-творчих здібностей суб'єктів-учасників діалогу. Сприйняття – це лише частина комунікативного акту, яка передає особливості рецептивного відображення реальності»[2, с. 142].

Інтернет-комунікація має низку як переваг, так і недоліків. Так, О. Бегерська зазначає, що до переваг цього виду комунікації можна віднести можливість спілкування з будь-яким суб'єктом, незважаючи на географічне положення учасників комунікації та різницю в часі. Цей вид комунікації містить традиційні елементи комунікації, до яких належать: адресат та адресант повідомлення; повідомлення; канал комунікації; комунікативний шум; фільтри, що накладаються на інформацію; зворотній зв'язок; об'єктивні та суб'єктивні передумови спілкування[1]. Стосовно адресата та адресанта варто зазначити, що інтернет-комунікація не передбачає безпосереднього контакту учасників комунікації. Натомість залучається письмовий або звуковий спосіб передачі інформації. При створенні повідомлення можуть залучатися будь-які мови, природні та штучні, додаються спеціальні технічні слова, символи, знаки, зображення, фото, відео та аудіо[1].

Висновки. Отже, інтернет-комунікація репрезентує досить специфічний вид комунікації. Вона поєднує в собі як елементи усного спілкування, зокрема обмін повідомленнями, наявність неформальної складової в передачі інформації, експресивний відтінок та емоційно-оцінне ставлення до інформації, що передається, а також писемного, як-от: відсутність візуального контакту, набір тексту та можливість його редагування тощо.

Література. 1. Багерська О. В. Особливості інтернет-комунікації. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/257026.pdf> (дата звернення: 15.03.2024). 2. Мягка М. М. Кіберпростір у вимірі комунікативного впливу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. Серія: Філологія. № 30. Т.2. С. 141–143.

23.2.

History of Ukrainian Culture

Chairperson – associate professor Serhii Berehovyi

Secretary – associate professor Olena Pyvovarenko

23.2.

Історія української культури

Голова – доцент Сергій Береговий

Секретар – доцент Олена Пивоваренко

1. Культурний геноцид як складова злочину росії в Україні

Злата Гарницька, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повномасштабне російське вторгнення загрожує культурній спадщині шляхом руйнування культурних пам'яток, порушуючи права людини та спричиняючи величезні втрати. Це не лише втрата ідентичності, але й моральна та матеріальна шкода суспільству. Руйнування культурних пам'яток має далекосяжні наслідки, що поширюються на всю людність. Захист культурних пам'яток вимагає спільних зусиль міжнародної спільноти та ефективних стратегій збереження. Ці дії відображають агресивну політику, спрямовану на знищення духовних цінностей нашого народу, фактично це – культурний геноцид. Подолання цього вимагає невідкладних заходів та підтримки від міжнародного співтовариства.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, узагальнення, історико-порівняльний. Інформаційною базою дослідження послуговувалися праці вітчизняних і зарубіжних учених, статті, опубліковані в періодичних виданнях, інтернет-ресурси тощо.

Результати та обговорення. За результатами підрахунку [Міністерства культури та інформаційної політики](#) України з 24 лютого 2022 до 25 січня 2024 року РФ зруйнувала або пошкодила 902 об'єкти культурної спадщини. З них пам'яток національного значення – 124, місцевого – 708, щойно виявлених – 70. Зруйновано пам'яток архітектури – 285, архітектури та містобудування – 269, історії – 213. Окрім того, були знищені або постраждали 361 митецький заклад культури. Це релігійні споруди, бібліотеки, музеї та заповідники.

Злочини російських окупантів було зафіксовано у 17 областях України. Найбільше руйнацій зазнали культурні об'єкти Харківської області – 216. На другому місці Одещина – 119, потім Донеччина – 111 пам'яток. За зведеними даними обласних військових адміністрацій, з початку повномасштабного вторгнення Росії повністю зруйновано 23 об'єкти, частково пошкоджено – 672. Мінкульт не може наразі визначити, наскільки пошкоджені ще 177 об'єктів.

Іванківський історико-краєзнавчий музей.



27 лютого 2022 року російські окупанти знищили музей, у якому зберігалося більше 400 експонатів. На момент знищення музею, там знаходилися роботи народної художниці Марії Примаченко. Напередодні знищення працівники музею сховали всі 14 картин художниці, а коли почалась пожежа місцеві жителі, ризикуючи життям, витягнули їх з палаючої будівлі. Доля решти експонатів невідома. Наразі музей внесли у перелік об'єктів для першочергової відбудови та шукають підтримки у міжнародних об'єктів.

Садиба Кеніга



Будівля збудована у 1911 році є пам'яткою архітектури. У будинку мешкала родина керуючого лісовим господарством останнього власника Тростянця Юлія Кеніга, сина одного з найбільших підприємців Російської імперії. На жаль, ми втратили на завжди шикарні каміни, дерев'яні сходи з червоного дуба, там були унікальні зразки паркету, який виготовляли свого часу на південному заводі Кеніга. Також було знищено бібліотеку яка нараховувала понад 15-ть тисяч книг. Вона формувалася ще за часів Кеніга. Були книги, датовані кінцем 19-го-початком 20-го століття. Згоріли офіційні видання щодо розведення лісів. Садиба не підлягає відновленню.

Будинок перуанських купців



Будинок перуанських купців прикрашає вулицю Старообрядську. Колись в Херсоні мешкав консул держави Перу, який представляв і віце-консульство держави

Італії в Херсоні, Анжело Анатра. Резиденція консула знаходилася на вулиці Соборній. Фасад будинку прикрашений унікальною плиткою а також характерними для культури Південної Америки та традиції індіанців майя орнаментами і навіть індіанськими масками, ймовірно, божеств та покровителів цієї стародавньої культури. Внаслідок артилерійських обстрілів росіян будинок зазнав пошкоджень.

100-річна Лисичанська гімназія



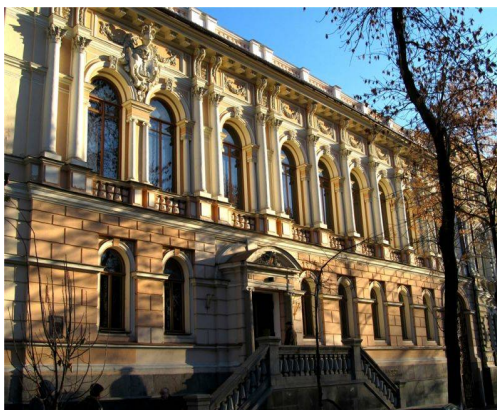
Гімназія була побудована понад 100 років тому бельгійцями. Входила в топ-100 кращих шкіл країни. Випускники якої завжди складали ЗНО та НМТ з високими показниками. Витримала дві світові війни та бій за місто у 2014 р., але згоріла через прицільний удар російських окупантів 1 травня 2022 року. Вогонь палав кілька годин та повністю знищив більш ніж столітній пам'ятник архітектури. Гімназію збудували наприкінці XIX століття, вона входить до ансамблю бельгійської архітектурної спадщини Лисичанська. Гімназія була одним з найкращих освітніх закладів регіону.

Будинок «Слово»



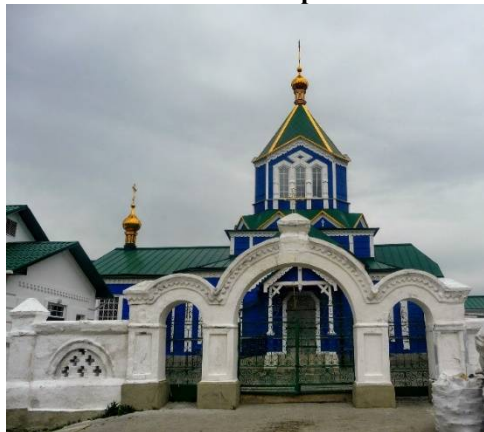
Житловий шестиповерховий будинок збудований наприкінці 1920-х років, кооперативом літераторів. Спроектована архітектором Михайлом Дашкевичем, будівля має символічну форму літери «С». Саме тут з 1933 по 1938 роки були репресовані понад 70 мешканців-літераторів, 11 з яких розстріляли в урочищі Сандрамох. А 7 березня 2022 року пам'ятку пошкодив російський снаряд.

Музей Богдана та Варвари Ханенків



Чільний музей світового мистецтва в Україні. Музей презентує найзначніші колекції мистецтва Європи, Азії та Давнього світу в Україні. «Серцем» музею є художнє зібрання Богдана та Варвари Ханенків – видатних українських колекціонерів та благодійників кінця 19 – початку 20 століття. На жаль під час масованого обстрілу 10 жовтня 2022 року, постраждав фасад музею. Власники зазначили що вся колекція була схована та не пошкоджена.

Свято-Миколаївський храм



Свято-Миколаївський храм, розташований у східній частині Бахмута, відомого місцевими як “Забахмутка”, не тільки відіграє релігійну роль, але й має значення як частина культурної спадщини міста. З його величними дерев’яними стінами та витонченими кам’яними дзвіницями, храм є символом історії та духовності Бахмута. На жаль, святиня, яка витримала багато років історії, не змогла уникнути втрати. Відкрите вторгнення та конфлікт на сході України призвели до того, що Свято-Миколаївський храм став жертвою війни. Під час бойових дій храм був пошкоджений внаслідок обстрілу, що призвело до його практичного зруйнування. Ця втрата стала не тільки фізичною, але й емоційною для місцевих мешканців та віруючих. Храм був символом спільноти, джерелом надії та духовності для багатьох людей. Втрата святині

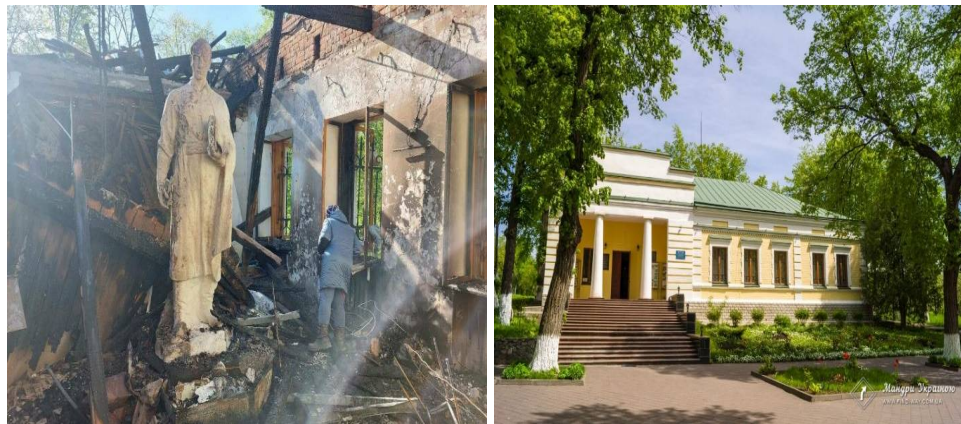
стала нагадуванням про потребу в збереженні та охороні культурної спадщини, яка є невід’ємною частиною нашого народу та його історії.

Костел Воздвиження Чесного Хреста



Був зведений у 1771 р. геніальним архітектором Бернардом Меретиним у бароковому стилі. 10 жовтня 2022 року було пошкоджено храм. На щастя ракета впала за парканом церкви, вибухова хвиля вибила вікна, та пошкодила фасад будівлі. На щастя вітар вцілів.

Національний літературно-меморіальний музей Григорія Сковороди



Музей розташований у селі Сковородинівка, у маєтку XVIII століття, де останні роки свого життя працював та біля якого був похований Григорій Сковорода. Снаряд влетів під дах будівлі - спалахнула пожежа, вогонь охопив усю будівлю. Найцінніші експонати колекції вдалося врятувати, їх перемістили заздалегідь в безпечне місце.

Художній музей імені Архипа Куїнджі



Протягом 100 років у будівлі майбутнього музею, модерновому маєтку 1902 року, розташовувалися й бібліотека, й історичні архіви, і фармакологічні склади. Маєток пережив дві війни: Першу та Другу світову. Музей відкрили 29 жовтня 2010 року. У його колекції – 2200 творів живопису, графіки, скульптури та декоративно-прикладного мистецтва різних художніх шкіл України. В експозиції музею були роботи Миколи Глуценка, Тетяни Яблонської, Михайла Дерегуса, Івана Марчука, Івана Айвазовського й, звісно, Архипа Куїнджі і його учнів. Керівники музею на початку вторгнення надійно заховали видатні роботи. На щастя роботи вціліли, але опинилися в руках окупантів.

Спaso-Преображенський собор



Найбільший православний храм Одеси, головний собор Одеської єпархії УПЦ (МП). Розташований в історичному центрі Одеси. Закладений в 1795 році, освячений в 1808. Протягом наступного століття неодноразово перебудовувався і модернізувався. У 1932 році собор знищили більшовики, підірвавши його. А вже в 2023 році, росіяни обстріляли Одесу, та знищили собор. Собор був внесений до

спадщини ЮНЕСКО. Також постраждали православні святині: з-під завалів дістали Касперовську ікону Божої Матері, яку вважають покровителькою Одеси.

Будинок-музей Поліни Райко



Музей що розташований у місті Олешки Херсонської області, затопило через підриг російськими військовими Каховської ГЕС. Реальний обсяг втрат та пошкодження будинку можна буде оцінити лише після деокупації Олешок. 99% робіт художниці Поліни Райко – це малюнки в її будинку. Проте частину артефактів вдалося вивезти до повномасштабного вторгнення.

Поліна Райко – представниця наївного мистецтва, чії малюнки ставлять поряд з геніальними роботами Марії Примаченко і Катерини Білокур. Коли вона залишилася сама – чекала сина з в'язниці. Поліна Райко зробила ремонт і потім думала: що далі? Вона намалювала голубку, потім – квіточки, потім – сестру, потім – себе, потім – чоловіка, потім – дорогу в рай. І так пішло далі. Вона зробила інсталяцію свого життя. Офіційно будинок Поліни Райко не є музеєм. Його до повномасштабного вторгнення РФ в Україну вдалося внести лише у реєстр пам'яток місцевого значення. Музеєм офіційно складно було зробити, бо це – приватна власність.

Висновки. Отже, нині завдання української та світової спільноти полягає в необхідності негайних та координованих заходів для захисту культурних пам'яток від руйнування під час війни. Міжнародне співробітництво та прийняття міжнародних стандартів є важливими для ефективного збереження цінних історичних об'єктів. Збереження культурної спадщини має стратегічне значення для міжнародної спільноти та сприяє мирному співіснуванню.

Література. 1. Юлія Кузьменко 872 пам'ятки пошкоджені в Україні через війну. <https://suspilne.media/culture/657662-872-pamatki-poskodzeni-v-ukraini-cerez-vijnu-minkult/> 2. Іванківський історико-краєзнавчий музей. <https://ui.org.ua/postcard/ivankiv-local-history-museum/> 3. У Лисичанську згоріла гімназія, яка пережила дві світові війни. <https://focus.ua/uk/voennye-novosti/514091-v-lisichanske-sgorela-gimnaziya-perezvivshaya-dve-mirovye-voyny-foto-video>.

2. Мистецтво в окопах

Оксана Пермінова, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі, де війни та конфлікти залишаються невід'ємною частиною нашого життя, мистецтво знову знаходить своє вираження в найнебезпечніших місцях. Однією з таких ситуацій є сучасна війна в Україні, де мистецтво в окопах стає символом виразності та способом вираження людських почуттів у військовому конфлікті. Із початку конфлікту на сході України в 2014 році, мешканці зони бойових дій і військові знаходять способи виразити свої думки, почуття та надії через мистецтво. Від графіті на руїнах будинків до виставок та перформансів, мистецтво стає формою опору та виразною мовою протесту проти військової агресії. Мистецтво з траншей – коли солдати, знаходячись в окопах творили, використовуючи матеріали, що під рукою. Декоровані боеприпаси, картини на ящиках від боеприпасів є прикладом такого мистецтва.

Матеріали і методи. У даному дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення, історизму, об'єктивізму, порівняльного аналізу. Інформаційною базою для дослідження послуговували наукові статті та інформація в мережі інтернет, їх аналіз.

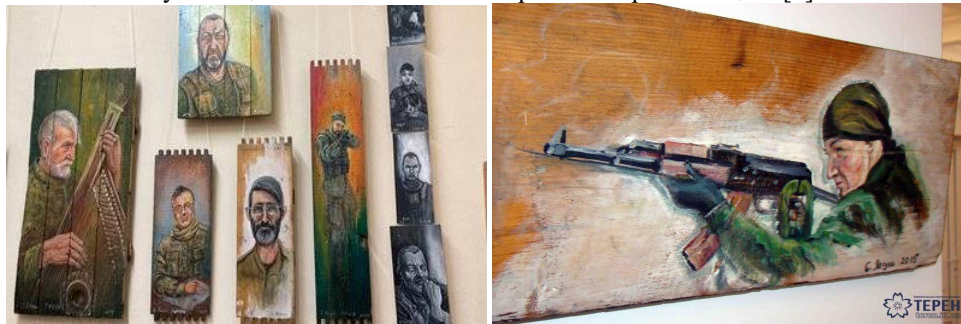
Результати та обговорення. Українські бійці не лише мужні і сильні духом, також вони дуже творчі. Так боець Іван з 98 батальйону Територіальної Оборони (Дніпро) у супроводі української пісні та під звуки вибухів, за допомогою звичайної палиці витесує барельєфи різних персонажей. Він створив в окопі скульптуру козака. Робота називається «Боротьба». Символ боротьби українського народу – отакий от козак. «З нами добро, із нами Бог, слава Україні», – прокоментував свою роботу автор[1].



Михайло Шарій створював дивовижне 3D-мистецтво для наших проєктів у харківському офісі до повномасштабного вторгнення. У лютому 2022 року він пішов до армії й досі служить. І йому все ще вдається підтримувати свої навички 3D-арту

на високому рівні. «Він зробив це буквально в окопі, використовуючи свій ноутбук, 3DsMax, Substance 3D Painter та MarmosetToolbag.

Боець 24 окремого штурмового батальйону «Айдар», Світлана Логуш – позивний «Відьма». У перерві між боями Світлана пише картини. Створює їх на ящиках з-під боєприпасів. На передовій жінка створює свої роботи у вільний час в окопах і бліндажах. Пише своїх побратимів, які чимось відрізнялися від інших – відчайдушністю, певною харизмою, затятістю. Півсотні її картин зараз можна побачити в Музеї національно-визвольної боротьби Тернопільщини[2].



Гільзи та ящики від боєприпасів розмальовує тернопільський іконописець Володимир Шерстій. Кошти, виручені з продажу таких незвичайних ікон, віддає на потреби захисників. Загалом чоловік займається іконописом все життя. Із 2014 року Володимир Шерстій займався волонтерством. А з початком повномасштабного вторгнення вирішив піти на фронт, оскільки відчував, що це його обов'язок. Він доброволець батальйону «Карпатська Січ». У доробку митця понад 1 000 робіт, які прикрашають церкви не лише України, а й Бразилії, Аргентини, Італії, а також приватні колекції у різних куточках світу. Митець працює над серією «Ікони, обпалені війною», а виручені кошти з продажу робіт віддає на потреби захисників.



Робота «З ангелом на плечі»

Українські захисники боронять Україну від окупантів й під обстрілами в окопах декламують зворушливу поезію, стрічки якої надиктувала війна... Олександр з Вінниці, його позивний «Борода» до війни був підприємцем, але з початком повномасштабного російського вторгнення став на захист України, заради майбутнього своїх дітей. Вірші вінничанина, головного сержанта артилерійської батареї 110-ї окремої механізованої бригади імені генерал-хорунжего Марка Безручка про війну з гумором в історичному контексті[3].

Автор книги «Історії та війни» молодший сержант ЗСУ Юрій Гудименко із Запоріжжя. За день до початку повномасштабного вторгнення разом зі своїми друзями повіз у Маріуполь гуманітарний вантаж, і вже вранці наступного дня зі зброєю в руках у повній амуніції став на захист суверенітету нашої держави. За кілька місяців до початку війни він підписав контракт із ТРО, а на третій день війни з Маріуполя був відправлений на Київ, звідки і почався його «шлях захисника». Пів року тому на Харківщині чоловік отримав важке поранення, почався довгий етап лікування та реабілітації, під час якого Юрій Гудименко почав працювати над своєю книгою. «З самого початку я планував писати книгу «з нуля», проте скоро зрозумів, що багато речей зараз не може бути озвучено. Тому ми з видавцем вирішили укласти збірку моїх найкращих текстів з 2014 року. Частина з них потребувала перекладу українською. Тому загалом вся робота над книгою зайняла приблизно чотири місяці», – розповідає Юрій Гудименко. У книзі переплітаються реальні історії з сьогодення та історичні події. Усі вони подані з гумором, розповідає письменник, оскільки була мета про важливі світові історичні події розповісти легко і так, щоб людям це було не скучно читати. Військовий впевнений, що життя в своєму сенсі – циклічне, і всі події вже відбувалися з людством на різних етапах. А тому якщо добре знати про щось схоже з минулого, буде легше прогнозувати своє теперішнє. Перший наклад книги випустили у дві з половиною тисячі примірників кілька місяців тому. Зараз закінчується вже третій тираж. І є потреба друкувати книгу ще. Для українського книжкового ринку книга «Історії та війни» вважається бестселером[4]. Парамедикіня, членкиня жіночого ветеранського руху та дизайнерка Юлія Сідорова (Куба) покаже колекцію одягу в Парижі, яка була створена в окопах. Показ відбудеться 13 квітня. Колекцію одягу Юлія розробила разом із дизайнером Станіславом Бітусом, завдяки якому все це і стало можливим. Сама Сідорова працювала дистанційно – малювала ескізи, відправляла йому, а потім по фото вони узгоджували тканини. Амбіції у митців великі – хочуть стати одним із найвідоміших брендів світу, назва якого CubitusDei, що поєднує в собі позивний Юлії та прізвище Станіслава. У колекції не буде нічого мілітаристичного, але сама її тематика більше про футуристичну жінку-воїна, яка ніби з майбутнього, і зокрема, там буде вишивка з бісеру, що говорить про наше минуле. Колекція поєднує в собі минуле, сьогодення та майбутнє, – зазначала Сідорова[5].

Висновки. Мистецтво в окопах сучасної війни в Україні залишається важливим джерелом інспірації для митців та активістів по всьому світу. Воно показує силу та виразність, які мистецтво може мати в найекстремальніших умовах, а також нагадує про глибокі людські цінності в умовах війни та конфлікту. Мистецтво в окопах стає символом сили, виразності та людської стійкості у найтяжчих умовах. Воно нагадує нам про необхідність вираження себе та підтримки один одного навіть у найскладніших ситуаціях.

Література. 1. Творчість в окопах: як боєць Дніпровської ТрО створює витвори мистецтва на позиціях. <https://kr.informator.ua/2022/10/28/tvorchist-v-okopah-yak-boyets-dniprovskoyi-tro-stvoryuye-vytvory-mystetstva-na-pozytsiyah/>. 2. Картини, написані в окопах і бліндажах. <https://suspilne.media/347590-kartini-napisani-v-okopah-i-blindazah-u-ternopoli-vidkrili-vistavku/>. 3. В окопах під обстрілами боєць з Вінниці зачитав зворушливу поезію. <https://vinnitsa.info/article/v-okopakh-pid-obstrilamy-boyets-z-vinnitsi-zachytav-zvorushlyvu-poeziyu>. 4. Книжка, яку читають в окопах. https://ye.ua/kultura/66031_Knizhka_yaku_chitayit_v_okopah_u_Hmelnickomu_proyshla_zustrich_z_gromadskim_diyachem_ta_viyskovosluzhbovcem_Yuriyem_Gudimenkom.html.

3. Офорти Тараса Шевченка як вираз художньої майстерності

Наталія Храпак, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Тарас Шевченко, відомий український поет, художник і громадський діяч, відіграв важливу роль у формуванні національної свідомості та культурної ідентифікації українського народу. Одним із найвизначніших досягнень Шевченка у художньому виразі стали його офорти.

Офорт, іноді аквафорта (фр. eau-forte, італ. aqua-forte буквально – «міцна вода»; азотна кислота) – різновид гравюри на металі, який дозволяє отримувати відтиски з друкарських форм, які попередньо оброблені кислотами. Офорти Тараса Шевченка є важливим етапом у його творчому доробку та в загальній історії українського мистецтва. Вони відображають не лише майстерність художника, але й його внутрішній світ, думки та емоції.

Матеріали і методи. У даному дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення, історизму, об'єктивізму, порівняльного аналізу. Інформаційною базою для дослідження послуговували тексти та їх аналіз, що супроводжують офорти, а також вивчення художніх прийомів, використаних в роботах Шевченка. Була проведена порівняльна характеристика офортів з іншими видами мистецтва, що були популярні у той час.

Результати та обговорення. Вивчення офортів Тараса Шевченка підтверджує їхню винятковість та високий художній рівень. Кожен офорт є виразом глибоких почуттів, відображенням соціально-політичних реалій того часу та проблем, що турбували поета.

Техніку офорту використав [Т. Шевченко](#) для виготовлення задуманого ним періодичного видання «Живописна Україна». Найбільш відомою у цьому виданні є перша ілюстрація до не виданої ще на той час (1844 рік) «Історії Русів» – «Дари в Чигрині». У 1844 р. вийшли лише перші два випуски видання, які містили офорти: «Дари в Чигрині 1649 р.», «Старости», «Судня рада», «Казка», «У Києві» та «Видубицький монастир у Києві». Офорт «Старости» показує нам сватання у простій селянській хаті. Наречена пов'язала сватам рушники через плечі і подає своєму зарученому на тарілці вишиту хустку. Т. Шевченко показує високу мораль устоїв українців. Офорт етнографічний, у ньому все, починаючи від типуажу і закінчуючи найдрібнішими деталями побутової обстановки, передане з точною достовірністю і сповнене яскравою національною своєрідністю.

Т. Шевченко був одним із зачинателів і першим видатним майстром офорту в Російській імперії. Недаремно сучасники називали його «російським Рембрандтом». Митець прекрасно володів різними методами графічного зображення, чудово поєднував офорт і акватинту. Саме за мистецтво гравюри Тараса Шевченка удостоїли звання академіка.

Перебуваючи у Петербурзі, Т. Шевченко, окрім «Живописної України», створює офорти на сюжети власних малюнків: «Українські дівчата», «Старець на кладовищі», «Мангитшляцький сад», «Сама собі в своїй господі», «Натурщиця».

У цілому творчість Т. Шевченка виразно автобіографічна. Офортні автопортрети також найбільш показові у творчості поета. Серед них блискуче вкарбувалися в душу глядача автопортрет зі свічкою 1860 р. та Шевченкового зображення (27 січня 1860 р.) [3]. Працюючи над офортами, Т. Шевченко ніби знайомить світову спільноту з життям і побутом українського народу, з його минулим, з чарівною красою української

природи. Роботи митця доносять до нас глибокі образи українського життя. Кожне дерево, кожна людська постать вимальовуються з усіма особливостями, кожна подія оживає перед очима глядача. За три роки праці у творенні офортів Т. Шевченко справедливо дістав славу першого офортиста Росії і одного з видатних офортистів світу.



Офорти Тараса Шевченка

Результати дослідження показали, що офорти Тараса Шевченка є значущим елементом творчого спадку та відображають його внутрішній світ, відношення до суспільства. Кожен офорт створений з великою увагою до деталей та емоційно заряджений, що робить їх відмінними творами мистецтва. Вивчення цих робіт дозволяє краще розуміти не лише творчий шлях Шевченка, але й загальні тенденції розвитку українського мистецтва та його вплив на суспільство. Таким чином, офорти Тараса Шевченка є важливим джерелом для вивчення його творчості та дослідження його ролі в українській культурі.

Висновки. Офорти Тараса Шевченка є не лише художніми творами, але й свідченням його поглядів на світ та свідомим вибором художнього засобу вираження. Вони залишаються актуальними й в наш час, нагадуючи про велич і талант українського митця, а також про складність і глибину людської душі. Офорти Тараса Шевченка не лише відображають його талант та глибоке розуміння мистецтва, але й мають велике значення для національної ідентичності та культурної спадщини України. Їхня унікальність полягає в поєднанні високого мистецтва з національним патріотизмом та гострою соціальною проблематикою. Таким чином, офорти Тараса Шевченка залишаються невичерпним джерелом натхнення для митців та дослідників, а також важливим символом культурного самовизначення українського народу.

Література. 1. Шевченко Т. Г. Офорти. Київ: Мистецтво, 1989. 2. Шевченко Т. Г. Твори: У 6 т. Т. 3. Офорти. Київ: Наукова думка, 1985. 3. Сахарова В. Д. Лінія поета. Дерево створення. Офорти Тараса Шевченка. Київ: Наукова думка, 2001.

4. Іван Марчук – геній сучасності

Юлія Гордієвич, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Іван Марчук – народний художник України, лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка, почесний громадянин міст Києва та Тернополя, член Золотої гільдії Римської академії сучасного мистецтва. 2007 року потрапив до рейтингу «100 найвизначніших геніїв сучасності», який уклала британська газета TheDailyTelegraph. Винайшов цілком оригінальну техніку «пльонтанізм» (від слова «пльонтати» – плести, переплітати), котра балансує на межі рукотворного та технологічного і через складність філігранного виконання й трудомісткість практично не підлягає повторенню.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є періодичні видання, інтерв'ю самого художника тощо. У дослідженні використано методи аналізу та узагальнення.

Результати та обговорення. Іван Степанович Марчук народився в родині сільського ткача на Тернопільщині. Малював з дитинства на землі чи маленькому клаптику паперу квітами. Дорослі вмовляли обрати за професію хірурга чи біолога, на щастя, художник переміг. Іван Степанович вивчав декоративний розпис, курс з кераміки у Львові (в училищі та інституті прикладного мистецтва), служив в армії. Три роки попрацював в Інституті надтвердих матеріалів НАН України.

Марчук як митець формувався за радянських часів, і його творчість була не до вподоби КДБ, тому як більшість тогочасних митців існував у двох вимірах: малював дещо офіційно, а дещо підпільно. Маючи експозиції в більш, ніж десятих містах Радянського Союзу, українська Спілка художників його не визнавала, більш того – ігнорувала, коли вже вголос говорили про неймовірну харизму. Адже, вже все в нього було українське, метафоричне та символічне.

Сам художник про мистецтво говорив так: «Для мене мистецтво – це життя й одкровення. Іншої альтернативи нема. Й водночас мистецтво – це каторга. Я працюю 365 днів на рік і без цього не можу. Це присуд долі, карма, вирок, приреченість. І ніяк мені мистецтва не уникнути».

Творчість митця була під негласною забороною понад 17 років. Офіційно художника критикували за «песимізм», однак очевидці згадують, що Івана Степановича вважали націоналістом і постійно перевіряли на благонадійність. Гоніння змусили Марчука виїхати з України.

Через неможливість реалізуватися на рідній землі, художник виїхав із СРСР у кінці 1980-х рр. На Заході художник боровся за міжнародне визнання, не маючи ані грошей, ані знання мови – лише талант і один пензель. За кордоном Марчук створив дев'ять циклів картин.

В еміграції Іван Марчук провів 12 років, поживши в Австралії, Канаді та США і повернувся в Україну у 2001 році після теракту 11 вересня.

Варто також зазначити, що митець періодизує свою творчість і виділяє в ній від 12 до 14 періодів-збірок. Твори кожного періоду різняться за стилем та малярською манерою, назви їм він дає сам. Це наприклад: «Голос моєї душі», «Цвітіння», «Пейзажі», «Портрет», «Кольорові прелюдії», «Шевченкіана», «Натюрморт», «Нові експресії», «Біла планета 1», «Біла планета 2», «Виходять мрії з берегів», «Погляд у безмежність».

У доробку майстра близько 5000 картин, котрі є на всіх континентах світу. Полотна художника експонувалися переважно за кордоном (Литва, Німеччина, Польща), виконуючи функцію народної дипломатії: утверджуючи місце України в європейському просторі, а європейського мистецтва у контексті світового. Іван Степанович відкрив близько 200 монографічних та 50 колективних виставок.

Якщо говорити про перші роботи, то Марчук звертався до найвісних мотивів, але, познайомившись із доробками авангарду та модернізму, знайшов початок «власного шляху у мистецтві».

Ним став «пльонтанізм» – авторський метод малювання й стиль у мистецтві, винайдений Марчуком. Цей термін знають у світі, у словнику міжнародного мистецтва він став визначенням системи творчого мислення та спостереження за світом. Його суть полягає в тому, що картини, ніби сплетені з тонесеньких ниточок кольору, які немов об'ємні, а також неймовірно деталізовані. Такого ефекту вдається досягти спеціальним мазком.



Ніч у степу



Осяяні хати місячним світлом



Загорілось світло нічне

Цікаво, що частіше говорять про Івана Марчука, як про художника, хоча половина його шедеврів – скульптури. Такі живі, виразні, чуттєві... за кожною з них – своя історія, геніальний задум. Чи не тому вже десятки років роботи митця отримують різні міжнародні відзнаки? І це подвійна перемога – завжди надихають історії перемог українців, людей, які займаються улюбленою справою, досягають успіхів і тим самим прославляють свою Батьківщину. Сьогодні Іван Марчук продовжує працювати без вихідних та створювати нові витвори мистецтва.

Висновки. Іван Марчук підтверджує, що українці здатні не тільки удосконалювати класичні стилі, а й створювати своє – унікальне. Своєю творчістю та життям він показує, що мистецтво лише єдне. Воно немов невидима ниточка, яка пов'язує душу одного громадянина з іншим.

Література. 1. Бібліотека Українського Мистецтва. <https://uartlib.org/ukrayinski-hudozhniki/marchuk-ivan/>), УкрІнформ (krinform.ua/rubric-culture/2696453-ivan-marcuk-svitotvorec-klaptikiv-na-75-sm.html). 2. Олеся Котубей «Люди дивляться, а художник бачить». Який він, унікальний стиль українського генія Івана Марчука. <https://suspilne.media/culture/238213-ludi-divlatsa-a-hudoznik-bacit-akij-vin-unikalnij-stil-ukrainskogo-genia-ivana-marcuka/>).

5. Вплив модних європейських тенденцій на українську моду XIX ст.

Софія Ганцева, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У XIX столітті в Україні відчувалися впливи європейської моди, зокрема тієї, що була поширена в країнах західної Європи. Цей період характеризувався певними змінами у стилі вбрання, які відображали модні тенденції і соціокультурні перетворення того часу.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу інформації. Джерелом наданої інформації послуговували історичні статті, наукові джерела, матеріали з архівів тощо.

Результати та обговорення. Українська мода XIX століття відображала складний синтез традиційної національної естетики та впливів європейської моди. Жіночий та чоловічий одяг того періоду вирізнялися багатством деталей, вишуканою вишивкою та елегантним кроєм. Європейський вплив виявився в застосуванні нових тканин, модних фасонів та вишуканого дизайну. Однак, важливо відзначити, що українська мода зберігала свою унікальність та національний колорит завдяки використанню традиційних орнаментів та вишивки.

У пошитті жіночих суконь використовували атлас та шовк для створення вишуканих та елегантних вбрань. Ці тканини підкреслювали розкіш та статус їхніх власниць. У більш простих та повсякденних сукнях використовувалася бавовна. Вона була більш доступною та зручною для щоденного використання.

Сукні часто супроводжувалися використанням корсетів, що виділяли талію та створювали фігурний силует. Корсет був основним елементом моди того часу. Спідниці були широкими та об'ємними, додавали жіночність та грацію. Сукні мали вільний крій, особливо у верхній частині, з широкими рукавами та декольте.

Однією з основних характеристик була вишивка. Вона розташовувалася на грудях, рукавах та спідницях. Вишивка мала різноманітні візерунки та орнаменти, які відзеркалювали національні традиції. Жінки носили великі капелюхи, що були виготовлені зі стрічок, квітів та пера. Вони були часто оздоблені вишивкою або вставками із тканин. Ще одним популярним головним убором були берети, які часто мали обшивку або вишивку. Зазвичай використовувалися яскраві кольори, такі як червоний, блакитний, зелений. Такі кольори відображали радість та енергію. Сукні мали різноманітні фасони, від простих повсякденних до більш складних та вишуканих вбрань, що використовувалися на офіційних подіях. Важливим елементом моди були «вітрові» корсети, які відзначалися додатковими елементами та деталями на корсеті, що нагадували вітрила.

Жінки носили туфлі та чоботи на невеликому підборі. Взуття було вузьким та часто на ньому робився акцент. Його відрізняв відтягнутий миск та середньої висоти підбір. Вироблялись та були доступні моделі зі шнурівкою, гудзиками та лакованою шкірою. Існувало взуття на будь-який випадок: туфлі на шнурках для строгих костюмів, туфлі-човники з ремінцями для святкових виходів або лаковані човнички з перламутровими пряжками та, зрештою, боти, часто оброблені хутром для спасіння від холоду при поїздках в екіпажах взимку. Це взуття часто мало декоративні елементи, такі як стрічки чи вишивка..



Жіноча мода XIX – поч. XX ст.

Варто згадати й модні образи нашої мисткині – Лесі Українки. Поетка добре зналася на тогочасній моді. Наприкінці XIX – на початку XX ст. жінки все ще носили корсети, але надавали перевагу довгим спідницям та сорочкам замість суконь, щоб мати змогу бути активнішими у суспільстві. Леся створювала власні, феміністичні образи, щоб популяризувати нову культуру ставлення до жінок.

У часи Лесі Українки європейське та українське жіноцтво зокрема робило перші кроки для того, аби стати частиною чоловічого простору. Щоб бути мобільнішими та виразити свою індивідуальність за допомогою одягу, жінки частіше носили сорочки і довгі спідниці замість незручних суконь.

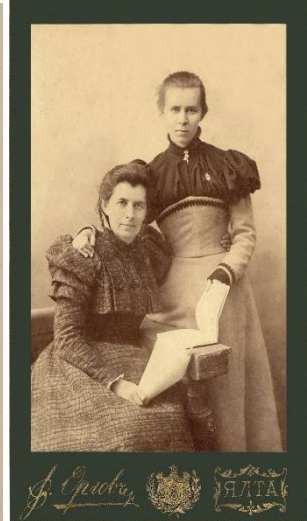
Так робила й Леся. Її двоюрідна сестра Аріадна Труш згадує, що поетеса любила одягатися гарно, але скромно. Особливо вона любила блузи. Попри стереотипне уявлення про неї як «чоловічої», у блузі Леся мала жіночний і вишуканий вигляд.



Леся Українка 1912 р.



Леся Українка 1888 р



Олена Пчілка і Леся Українка, Ялта. Фото січень 1898 р

Доповнював образи Українки корсет. У моді тогочасного суспільства він залишався неймовірно актуальним, незважаючи на незручність. Тонка талія була головним трендом, і йому підкорювалися всі. Відмовилися від цього елемента гардероба у 1908-му завдяки французькому модельєру-реформатору Полью Пуаре.

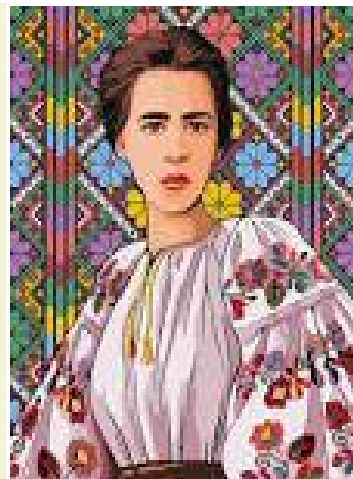
Леся любила все українське і залюбки носила вишиванку. У повсякденні вона одягалася на європейський лад, але до українських узорів мала особливі почуття. Ще у дитинстві мама, Олена Пчілка, навчила поетку добре вишивати. Мама і донька захоплювалися колекціонуванням української вишивки, й Олена Пчілка неодноразово представляла українські вишиванки на виставках у Парижі.



Оксана Старицька, Леся Українка та Ольга Косач. 1896 р.



Леся Українка 1886 р.



На щодень Леся робила ставку на мінімалізм і максимальну природність. Їй не потрібен був яскравий та пишний одяг, щоб привернути до себе увагу. Краса йшла зсередини. Тому із прикрас вона надавала перевагу брошці чи намисту. Проте нерідко доповнювала вбрання аксесуарами – ремнем, сумочкою і не тільки.



Леся Українка., Київ 1896 р.



З Ольгою Кобилянською



Леся Українка і Сергій Мерзвинський

Із аксесуарів Леся носила елегантний капелюшок, бант довкола шиї або кілька ниток намиста. Просто і зі смаком.

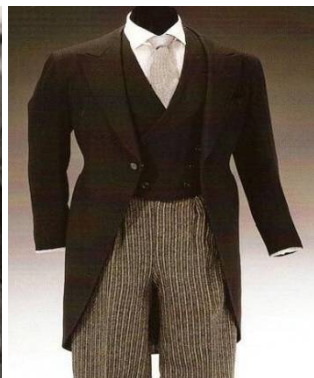
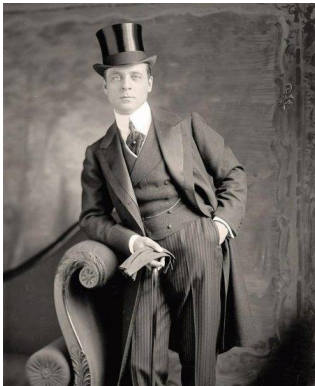


Українка з сестрою Ольгою, Берлін. 1899 р.



Леся Українка. Сан-Ремо, травень 1902 р

Чоловічі костюми включали вузькі штани та жилети. Штани зазвичай були завуженими до низу, створюючи сучасний силует. Костюми часто складалися з трьох частин: жилета, піджака та штанів. Чоловіки носили краватки, що відзначалися різноманітними кольорами та візерунками. Метелики, або великі банти, також були популярним елементом чоловічого гардеробу. Циліндричні капелюхи були елементом чоловічого вбрання того часу. Вони могли мати різні вишивки або оправи. Також використовували ковбойські чоботи або класичні черевики. Взуття могло бути прикрашене стрічками або вишивкою. Костюми та жилети часто виготовлялися з шовку чи вовни. Текстиль був популярний серед чоловіків. Чоловіки доповнювали свій образ рукавицями та портфелями. Рукавиці були виготовлені зі шкіри та мали різноманітні деталі. Портфелі використовувалися як аксесуар та показник соціального статусу. Свої образи доповнювали поясами, які виділяли талію. Забарвлення чоловічого одягу було поміркованим та вишуканим. Зазвичай використовувались темні кольори, такі як чорний, синій або бордовий. На спеціальні випадки, такі як свята чи офіційні події, чоловіки вдягалися в більш офіційні та вишукані костюми, часто із застілкою та манжетами.



Чоловіча мода XIX – на поч. XX ст.

Дотримувався еталонів моди й відомий усім письменник Іван Франко. Він був перший, хто поєднав вишиванку з буденним одягом. Носив вишиванку І. Франко під піджак та жилет. Вишиваних сорочок у письменника «було завжди під достатком, – розповідала донька Анна. – Це були майже все дарунки його приятелів, приятельок, співпрацівників не тільки із Західної України, але й з Великої України». Причому любив одягати вишиванку і в будні, і в свята. «Святковий одяг Франка завжди був темно-синій і до нього вишивана сорочка», – свідчив Михайло Яцків. Він на ціле своє життя лишився вірний традиції свого народу.

Водночас чоловічу вишивану сорочку, оцей обов'язковий елемент українського національного строю, Іван Франко носив з європейським костюмом-трійкою. І це був новаторський підхід до трансформації образу українського інтелігента, у якому поєднувалися прадавня українська традиція і модерні запити нової епохи. Геній планетарного мірила, він завжди підкреслював своє національне ество, зумівши гармонійно поєднати прадавні узори народної вишиванки з костюмом модерного покрою західного взірця.



Іван Якович Франко

Висновки. Таким чином, мода XIX ст. в Україні була виразом глибоких культурних та історичних рис, витканих у тканину національного одягу. Цей період є важливим етапом у становленні та розвитку українського модного вираження, яке до сьогоднішнього дня лишається невід'ємною частиною культурної спадщини України.

Література. 1. Гришина Д. Стиль киянок два століття тому. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/49596/> 2. Музичук Ольга. До історії моди...[https://cdiak.archives.gov.ua/v do istorii mody.php](https://cdiak.archives.gov.ua/v-do-istorii-mody.php). 3. Улюблені модні образи Лесі Українки. <https://elle.ua/moda/fashion-blog/ulyublen-modn-obrazi-les-ukranki/>. 4. Перший, хто поєднав вишиванку з буденним одягом був Іван Франко. <https://lviv1256.com/history/pershiy-hto-poiednav-vyshyvanku-z-budennym-odiahom-buv-ivan-franko/>. Фото взято з мережі інтернет.

6. Віктор Михайлович Глушков – основоположник інформаційних технологій в Україні

Анастасія Дніпровська, Світлана Буравченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Дослідження Віктора Глушкова спрямовані на розробку інноваційних підходів у сферах кібербезпеки та штучного інтелекту, відповідно до сучасних потреб і викликів цифрової епохи.

Матеріали і методи. Дослідження Олега Глушкова включають аналіз програмних засобів інформаційних систем, виявлення вразливостей в коді програм, тестування систем на стійкість до кібератак. Для аналізу програм використовуються статичні та динамічні методи, такі як статичний аналіз коду, динамічне тестування та аудит безпеки. Також використовуються методи машинного навчання для виявлення аномальної активності та побудови систем виявлення вторгнень.

Результати та обговорення. Ранні роботи Віктора Михайловича Глушкова (1950–1956 рр.) були присвячені дослідженням в області сучасної алгебри. У докторській дисертації їм була вирішена узагальнена п'ята проблема Гілберта, а також досліджені властивості і будови локально-бікомпактних груп і алгебр Лі. У результаті пошуку теоретичної бази проектування і забезпечення необхідних умов надійного функціонування. Віктором Михайловичем Глушковым було досліджено і створено загальну теорію цифрових автоматів, що дозволила перетворити мистецтво розробки радіоелектронних пристроїв у технологію, тому що на базі цієї теорії можна створювати ефективні практичні методи їхньої побудови.

Слідом за ЕОМ «Київ» в ОЦ АН УРСР була розроблена перша в Україні (і в СРСР) напівпровідникова управляюча машина «Дніпро». Офіційно представлена у 1962 році, «Дніпро» відіграв важливу роль у розвитку обчислювальної техніки та інформаційних технологій в Радянському Союзі. Дана машина була вдосконаленою версією першої української ЕОМ «Київ» та її попередників. Основні характеристики «Дніпра» включали в себе високу швидкість обчислень для того часу, ефективність управління процесами, а також широкий спектр застосування в різних галузях науки та промисловості. Її основні особливості полягали у використанні напівпровідникових елементів, що робило її надійною та швидкою.

Під керівництвом Віктора Михайловича Глушкова була створена унікальна «Енциклопедія кібернетики» в 1973, яка не мала аналогів у світі та стала першою фундаментальною працею, в якій висвітлювались теоретичні аспекти кібернетичної науки.

Висновки. Наукова діяльність Віктора Глушкова на сьогоднішній день має велике значення для розвитку комп'ютерної науки, враховуючи їх важливість у цифровій епохі. Його дослідження визнані національно і міжнародно, і відображаються в численних наукових публікаціях та інноваційних рішеннях.

Література. 1. Малиновський Б.Н. Академік Віктор Глушков. Золоті віхи історії комп'ютерної науки та техніки в Україні. К.: ВМУРЛ, 2003. 183 с.

7. Скрижали письма: Віктор Рибаченко і відбиток Черкащини в його творчості

Анастасія Бурлака, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Актуальність теми полягає в дослідженні творчого внеску Рибаченка Віктора Федоровича, як визначної постаті в громадському житті, у розвиток української культури та літератури. Відбиток Черкащини в його творчості. Вивчення впливу рідної місцевості на літературну спадщину.

Матеріали і методи. Проаналізовано біографічні дані, поезії з книги «Лірник» Віктора Рибаченка та публікації газети «Час та Події». У дослідженні використано метод комплексного аналізу, що передбачає співставлення віршів з ключовими етапами життя письменника та його особистим досвідом. Для аналізу поезійного доробку автора використано методи літературного критицизму та порівняльного аналізу. Застосовано аналіз офіційних джерел, вивчення інтерв'ю, літературний аналіз для виявлення образів та мотивів, пов'язаних із Черкащиною.

Результати та обговорення. Виявлено, що дитяча травма Рибаченка суттєво вплинула на його творчий шлях та погляди на життя, перетворивши їх у важливий елемент літературного вираження, що стало ключовим моментом у форсуванні творчої ідентичності. Творчість письменника відрізняється особливою емоційною напругою та вмінням дотикатися до важливих тем, що ховаються у глибинах людської душі, дозволяючи читачеві відчути істинність почуттів та думок «Лірника». Він здатний перенести читача у внутрішній світ поета, де кожен вірш – це сповідь, створюючи особливу інтимність між автором і читачем, що робить твори запам'ятовуваними.

Результати дослідження робіт свідчать про значимість рідного краю, як джерела натхнення для поетичної творчості літератора, відображаючись у ліриці та прозі. Аналіз творчості показав, що поетична збірка «Лірник» висвітлює важливі аспекти українського життя та культури через призму особистого досвіду Віктора Федоровича. Поезії в книзі відкривають нові перспективи для розуміння глибинних аспектів людського існування та духовного розвитку, розширюючи кругозір читача і поглиблюючи його розуміння світу. Авторський погляд на світ, знання та мудрість, відбиваються у кожному рядку поетичних творів, віддзеркалюючи багатогранність особистості та світосприйняття. Майстер слова вправно використовує мовні засоби для передачі своїх почуттів та думок, роблячи свою поезію неповторною та незабутньою.

Участь у різних сферах громадської діяльності дозволила творцю активно впливати на формування культурного образу Батьківщини.

Висновки. Віктор Рибаченко відзначається не лише своїм видатним поетичним даром, але й широким спектром діяльності у галузі психології, журналістики та політики. Вивчення творчості та життєвого шляху автора вказує на його значущий внесок у формування культурної спадщини країни, та збагачення нашого розуміння національної єдності та духовності.

8. Любов Панченко – життя заради України

Євгенія Горбач, Діана Скітович, Сергій Береговий
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Любов Панченко – відома українська дизайнерка, яка вже багато років підкорює світ своїми неперевершеними колекціями. Її ім'я стало синонімом елегантності, стилю та смаку. Її життя – це щира й безкомпромісна боротьба за свободу, витонченість та неповторність української культури.

Матеріали і методи. У роботі використано метод описовий. Матеріалом для дослідження послуговували інтернет ресурси, література, уперше виданий 2023 р. альбом, присвячений творчості Любові Панченко.

Результати та обговорення. У 1960-х рокахмисткиня відвідувала Клуб творчої молоді «Сучасник», до якого належали Алла Горська, Іван Дзюба, Василь Симоненко та інші. Любов Панченко оформлювала стіни Музею Тараса Шевченка та працювала над ескізами українських рушників для вітража «Шевченко. Мати». За радянські часи роботи художниці персонально не виставлялись. Любов Панченко прагнула зробити внесок у розвиток культури, була вірна своїй філософії - створювати одяг, який буде підкреслювати жіночність та красу української жінки, саме тому її творчість пронизана національними мотивами.

Вона завжди була в курсі останніх напрямів моди та вміло поєднувала їх зі своїм неповторним стилем. Любов відмінно володіла кольорами та тканинами, вміння добирати та поєднувати спокійні тони але додавати вкраплення яскравих кольорів, завдяки цьому її колекції завжди виглядали свіжими та актуальними.

Ще однією з найбільш пізнаних рис творчості Любові Панченко було використання українських мотивів та національних вишивок у її колекціях. З обрізків тканин, вона почала створювати речі-доповнення, а саме пояси та стрічки, що лише додавали динаміку народних орнаментів. Вона вміло поєднувала традиційні українські елементи, створюючи унікальні та неповторні образи.

Також, Любов Панченко відома своїми експериментами з формами та силуетами. Вона постійно шукала нові способи використання тканин та створення незвичайних форм. Для цього використовувались рельєфні шви та несподівані елементи, а саме бусини, крупні гудзики та шнури перетворені на китиці. Найчастіше для пошиву та декору одягу використовувала фігуру довгастого овалу, що робило її колекції непередбачуваними та цікавими.

З початку повномасштабного вторгнення вже похилого віку жінка проживала в Бучі, що у березні 2022 року опинилась під окупацією. Любов Панченко змогла пережити окупацію але померла невдовзі після звільнення від виснаження. 30 квітня 2022 року війна забрала життя цієї неординарної жінки. Її смерть стала не лише втратою для рідних та близьких, але й великою втратою для всієї української культури.

Проте, пам'ять про Любов Панченко житиме вічно. Її творчість надихатиме нове покоління українських дизайнерів, а її незламний дух та щира любов до України стануть прикладом для наслідування.

Висновки. Любов Панченко - не просто ім'я, а символ української гідності, незламного духу культури. Ідеали свободи, демократії та єднання українців стали невід'ємною частиною її світогляду. Вона щиро вірила в краще майбутнє України й прагнула зробити свій внесок у його розбудову.

9. Олександра Екстер – амазонка українського авангарда

Анна Хамуляк, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Метою роботи є дослідження життєвого шляху та творчого доробку Олександри Екстер, однієї із найавторитетніших мисткинь XX століття, розкриваючи її значення в історії українського та світового мистецтва.

Матеріали і методи. Аналіз творчості Олександри Екстер через її живописні роботи та дизайнерські проекти, виставки, музейні колекції та архіви. Вивчення впливу суспільно-політичного контексту на творчість художниці.

Результати та обговорення. Результати дослідження її творчості свідчать про те, що Олександра Екстер відзначалася своєрідністю стилю та відкритістю до новаторських ідей. Початок її творчого шляху відбувся у Києві де Олександр народилася 1882 року в заможній родині. Здобула освіту в Київській рисувальній школі Миколи Мурашка. Брала активну участь у київському авангардному русі, співпрацюючи з такими художниками як Казимир Малевич та Давид Бурлюк.

Її ранні роботи -картини «Київ» (1913) та «Динамічна композиція» (1914), відзначаються впливом найавангардніших на той час течій кубізму та кубофутуризму. Екстер зробила значний внесок у розвиток театрального дизайну, розробивши новаторські сценографії для вистав «Весілля» (1923) та «Саломея» (1924). Для творчості художниці характерне поєднання авангардних ідей з українським народним мистецтвом, що робить її роботи унікальними та самобутніми.

Після революції 1917 року Екстер жила та працювала за кордоном, але протягом життя намагалась підтримувати зв'язок з Україною. У 1920-х роках співпрацювала з Українським театром ім. Лесі Українки в Києві, створюючи сценографії до вистав. У трагічні для України 1930-ті зв'язок на довгі роки перервався. В незалежній Україні роботи художниці експонувалися на декількох виставках, зокрема на ретроспективі в Національному музеї мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків у 2022 році. Олександра Екстер завжди підкреслювала своє українське походження й вважала себе частиною українського культурного контексту.

Вона експериментувала з різними художніми напрямками, включаючи кубізм, футуризм та конструктивізм. Її твори характеризуються яскравими кольорами, геометричними формами та динамічним рухом. Екстер також була важливою фігурою в культурному житті свого часу. Вона була відомою як модний дизайнер та театральний художник, співпрацюючи зі світовими театрами та балетними трупамі. Її роль у розвитку української культури і світового мистецтва важлива та значима. Непересічна особистість, вона відчувала постійну потребу у новаціях і висловлювала свої ідеї через візуальне мистецтво. Внесок у формування авангардного руху в Україні робить Екстер значущою фігурою у світовому контексті мистецтва XX століття.

Висновок. За результатами дослідження можемо зробити висновок, що Олександра Екстер є непересічною постаттю, яка увійшла в історію як авангардна художниця, сценографка та дизайнерка.

10. Земська лікарня міста Лубни на Полтавщині – визначна пам'ятка українського архітектурного модерну

Анастасія Кривохижа, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Земська лікарня в Лубнах, збудована в 1913 році, є не лише важливою медичною установою, але й пам'яткою архітектури стилю, знаного сьогодні як український архітектурний модерн. Її історія відображає дух та культурні особливості свого часу.

Матеріали і методи. Дослідження ґрунтується на вивченні історичних даних, архівних записів, щоденників, листів, фотографій та креслень будівлі, опублікованих статей та книг з історії медицини та архітектури.

Результати та обговорення. Нині – Лубенська дитяча поліклініка, а року 1913 - Земська лікарня. Науковці вважають колишню Земську лікарню в Лубнах перлиною українського модерну. Процес побудови тривав довгі 1913-1915 рр. Саме завдяки творчості і глибокому таланту архітектора Дмитра Дяченка (на той час студента Петербурзького інституту) було спроектовано одну із найкрасивіших та найбільш функціональних пам'яток м. Лубни. Чаруючий стиль українського модерну безумовно став перлиною цієї будівлі. Нажаль, як доля автора, так і його творіння, була досить сумною... Архітектор загинув 1942 р. від холоду і виснаження в одному зі сталінських таборів. За іронією долі, через півроку постраждала і лікарня. Її з вогнеметів підпалили фашисти, відступаючи з міста.

До того часу у лікарні діяли два відділення, а саме пологове та хірургічне. Не всім відомо, але під час фашистської окупації у Земській лікарні ризикував життям, рятуючи поранених воїнів Червоної Армії, відомий титан медицини Сергій Тимофєєв.

І вже майже двадцять років ця будівля функціонує в якості дитячої поліклініки та реабілітаційного центру для людей з обмеженими можливостями.

До реконструкції з першого погляду на будівлю зовсім не здавалось, що її створив відомий архітектор тогочасної України. Одна із перших дослідниць пам'ятки на межі краху радянської системи Ірина Казакова розповідала: «Часи тоді були не прості – руйнувалася економіка, змінювалися форми власності... І ось я наважилася піти на прийом до тодішнього заступника міського голови О. Співака. У руках - невелика стаття про архітектора Дяченка та... єдине на той час фото Лубенської земської лікарні, величиною з сірникову коробку».

Заклад відкрили 1998 р. – після масштабної відбудови за участі тодішнього головного архітектора міста В. Семенюти. На фасаді відкрились неповторні керамічні композиції – майоліки, які дивом збереглися у первісному стані. Художник А. Харчук та архітектор О. Зот реставрували напис та герб на центральному вході, працювали над вітражами всередині поліклініки.

Проте, лишилися невідленими кілька деталей. Тож нинішнім сподвижникам є над чим працювати, про що мріяти і чого досягати. Наприклад, повернути лікарні знаменитий вислів Шевченка, що свого часу знаходився на ній.

Висновки. Земська лікарня в Лубнах – це не просто медична установа, а справжня скарбниця історії, архітектури. Її детальне вивчення дозволяє не лише зрозуміти минуле, але й краще усвідомити цінність пам'ятки для сьогодення.

11. Олександр Ройтбурд – митець і громадянин

Олександра Рагуліна, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проведено дослідження з метою визначення впливу Олександра Ройтбурда в мистецтво та культуру України й актуальність його робіт та поглядів у творчих течіях світу.

Матеріали і методи. Аналіз життєвого шляху Ройтбурда, його світогляду й сприйняття мистецтва очима митця. Відвідування його виставок та ознайомлення з творчістю художника.

Результати та обговорення. Визначено вплив Олександра Ройтбурда на мистецтво України й світу, створення ним української нової хвилі. Митець закінчив художньо-графічний факультет Одеського педагогічного інституту. Він був членом Національної спілки художників України та представником південноукраїнської художньої школи. В останні роки життя був директором Одеського художнього музею, депутатом Одеської обласної ради від партії «Європейська солідарність», активний учасник Євромайдану в Одесі в 2013-2014 роках.

На виставці, що відкрилась у березні 2024 р. у PinchukArtCentre зібрано понад 30 його робіт, які осмислюють явища та персоналії, важливі для історії української культури. Він підтримував інших митців, рекомендував їх знаним колекціонерам, що притаманне геть не кожному художнику. Людина глибокої ерудиції, що генерувала вир візуальних сюжетів та образів, які є чисто роїтбурдівськими, але при цьому глибоко вкоріненими в класичній культурі. Вміння художника будувати й руйнувати одночасно, створювати мости для взаємодії, взаємопідтримки між дуже різними людьми й спільнотами. Генератор сенсів, що у своїх роботах дозволяв собі суб'єктивність, емоції, компроміси; поєднання різних поглядів, течій, часових проміжків; відображав ламання стереотипних мислень про мистецтво. Він, людина-міст, між різними країнами, культурами, стилями та віками, що створював та поєднував щось особливе для людства. Художник, завдяки творчості якого, тисячі людей закохались у мистецтво. Його твори, які відзначалися виразністю та глибоким змістом, могли відображати реакцію на війну та виклики, які вона ставила перед суспільством.

Твори Олександра найбільш повно серед художників його покоління вписуються в постмодерністську модель мистецтва, з її захопленими цитатами, вільним еkleктизмом, поєднанням «високого» і «низького», класичного і популярного. На полотнах Ройтбурда суцільне вібрування кольорів, мерехтіння, видиво штриха, яке витягує образ з мороку неіснування. Його творчість відзначалася життєлюбністю та відвертістю, а його полотна були провокаційними та виразними. Він застосовував різноманітні техніки, від живопису до графіки, щоб виразити свої ідеї. Мистецтво під час війни передає всі емоції, які словами важко описати.

Висновок. Художник не лише писав картини, відзначаючись оригінальністю, сміливістю, еkleктичністю, майстерною грою з жанрами, а й порушував у них проблеми своєї держави та сучасності, був патріотом що вклав величезний внесок в українське мистецтво.

12. П'ятницька церква та Борисоглібський собор в Чернігові – перлини архітектури Київської Русі

Ангеліна Сахно, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Багато людей не усвідомлює наявність значущих пам'яток навколо себе та ігнорує їх. Метою доповіді є донести, у першу чергу до молоді, цінність слідів історії поруч з ними та спонукати до вивчення рідного краю на конкретному прикладі унікальної архітектури Київської Русі.

Матеріали і методи. Для дослідження було обрано Чернігів-одне з найдавніших міст України та одне з небагатьох, яке містить сліди історії Київської Русі, а саме виняткові пам'ятки XII-XIII століття, подібних, яким майже не знайти на теренах всієї Європи. Основою слугувало вивчення інформації з різних джерел і особистий досвід відвідання пам'яток, спілкування із фахівцями, що в них працюють.

Результати та обговорення. Із багатьох значущих архітектурних пам'яток Чернігівщини за моїм суб'єктивним судженням вибранолише два об'єкта, про які йдеться в доповіді. Це Борисоглібський собор та П'ятницька церква у Чернігові- що є перлинами архітектурної спадщини Давньої Русі, які досі можна побачити наживо на теренах України. Вони мають велике значення для української культури та розуміння народом власної історії.

Під час вивчення історії цих об'єктів, було визначено, що дуже багато пам'яток постійно страждали від різного роду чинників, їх то спалювали, то руйнували під фундамент. Найбільші руйнації припали на часи Другої світової війни та у 1920ті-1930ті рр. через утиски тоталітарної влади по відношенню до церков, було важко добитись відновлення споруд, але, на щастя, тодішнім науковцям це вдалось.

Прикладом є руйнація П'ятницької церкви у 1943 році. Під час бойових дій була знищена більша частина споруди, яка перебувала в катастрофічному стані. Лише завдяки наполегливості архітектора П. Барановського провели дослідження пам'ятки та встановили цінність і необхідність її збереження в автентичному образі XII століття. Реставрація П'ятницької церкви зайняла більше десятиліття, що показує всю складність цього процесу, і, на жаль, таких пам'яток, які потребують відродження, дуже багато в нашій країні.

У незалежній Україні багато пам'яток було відреставровано, хоча нам все рівно ще є і буде над чим працювати, особливо після закінчення війни. Нам потрібно цінувати можливість побачити наживо об'єкти культури, які можуть бути втраченими назавжди. Дуже часто люди не замислюються, що навколо них знаходяться важливі пам'ятки історії та культури з захопленим минулим. Навіть у найменшому містечку країни схована забута хроніка, про яку не думають навіть місцеві мешканці, що не є корисним для національної свідомості людей..

Висновки. Дані історичні та культурні пам'ятки Чернігівщини через дослідження переконали у важливості знання про ці аспекти нашої історії, як і про багато інших місць у всіх областях та містах України, та повинні викликати бажання у людей досліджувати свій край та його історію.

13. Мозаїки Алли Горської в Маріуполі та Донецьку

Каміла Серебреннікова, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Алла Горська – знакова постать серед українських шістдесятників, талановита художниця, яка зробила значний внесок у розвиток мозаїчного мистецтва. Її творчість стала символом української культури та ідентичності.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних. Вівся пошук унікальних світлин на яких зафіксовані мозаїки, значна частина яких втрачена через війну і недбалість офіційних осіб, проводилось порівняння із наявними роботами мисткині.

Результати та обговорення. Творчість Алли Горської на Донеччині почалася з оформлення приміщень у містах Донецьк та Маріуполь. Перші картини Горської були присвячені шахтарській праці, але з часом Горську захопила українська стихія, що вплинуло на напрямок її творчості. Її роботи мали ідеологічний ухил і були важливими в мистецькому просторі, деякі з них були внесені в реєстр пам'яток архітектури і мистецтва національного значення. Алла Горська співпрацювала з іншими художниками, виконуючи мозаїки для новобудов та монументів на Донеччині, створюючи ці панно, митці прагнули поєднати народну українську традицію, світові тенденції та радянське мистецтво. Використовували нестандартні матеріали, такі як шлакоситал та метал. Над мозаїками «Квітуча Україна», «Боривітер» та «Дерево життя» працювала зіркова бригада на чолі з Аллою Горською та Віктором Зарецьким.

Три унікальні мозаїки стали золотою сторінкою в літописі маріупольського монументального мистецтва.

Вони не лише вражають своєю красою та мистецькою вправністю, але й мають велике значення для України з історичної, культурної та естетичної точок зору. У них зображено українську силу, любов до природи. Ці мозаїки сприяють популяризації української культурної спадщини. «Дерево життя» засіяло завдяки листовому алюмінію, а в «Боривітри» навіть використали фрагменти алюмінієвих ложок, що надавало роботам унікальний ефект руху та сяння. Мистецтво «Квітучої України» відображає ідею життя та розквіту, символізує життєву енергію, красу та гармонію. Вона була створена з використанням різних матеріалів, включаючи скло, камінь, метал, шлакоситал, а також інші натуральні та штучні матеріали. Саме ця мозаїка нагадує про велич і красу рідної країни, яка завжди була та залишається джерелом натхнення та гордості.

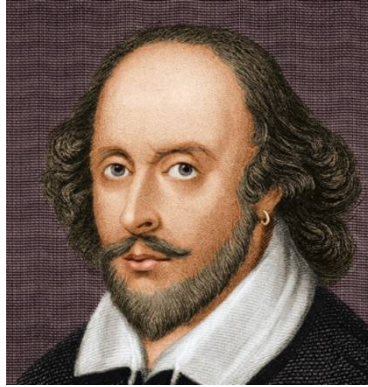
На сьогоднішній день Маріупольські мозаїки, створені Аллою Горською, були серйозно пошкоджені через обстріли та бомбардування, які були здійснені російськими агресорами в місті. Досі немає достовірної інформації про стан творів та можливість їх відновлення. І все ж донецькі і маріупольські мозаїки залишаються важливими символами відданості мистецтву, та подвижницької праці в ім'я України, які несуть у собі велике значення для історії та культури.

Висновки. Ім'я та творчість Алли Горської важливі і знакові у наш час. Вона вклала в свої роботи глибоке розуміння національного духу, тому і стала не тільки представницею мистецтва шістдесятих років, але й символом стійкості, сили та витримки українців перед лицем складних та важких умов.

14. «Читаючи завжди актуального Вільяма Шекспіра...»

Вероніка Бондар, Артем Курас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна



Вступ. Вільям Шекспір – найвидатніший англійський драматург і поет, талановитий актор XVI-XVII століття. Один із найвідоміших драматургів світу, автор принаймні 17 комедій, 10 хронік, 11 трагедій, п'яти поем і циклу зі 154 сонетів.

Матеріали і методи. У роботі використана сукупність методів дослідження: наукові публікації у відкритих джерелах, спеціалізованих джерелах, порівняльний та аналітичний методи.

Результати та обговорення. Талант і успіх, життя та діяльності будь-якої людини неможливі без цілого ряду пращурів, тому ми стисло наводимо відомості про родину В. Шекспіра.

Родина Шекспіра: батько – Джон Шекспір, мати – Мері Арден, брати і сестри: Гілберт, Джоан, Анна, Річард і Едмунд; дружина – Енн Гетевей (дочка фермера, з якою Вільям мав трьох дітей); діти: Сусанна і близнюки Джудіт та Хемнет.

Народився 23 квітня 1564 року в Стратфорд-на-Ейвоні. Хоча його освіта обмежувалася місцевою граматичною школою, це не завадило йому розвивати виняткові літературні здібності. У 1580-х роках він переїхав до Лондона, де розпочав свою акторську і драматургічну кар'єру. Він займався акторською діяльністю, граючи ролі в п'єсах інших авторів, але згодом розпочав писати власні твори. Його талант швидко отримав визнання, і до 1592 року Шекспір вже мав впливове становище в літературному світі Лондона. Він працював у кількох театрах, зокрема відомий «Глобус», де його п'єси здобули широке визнання.

У 1599 році він став співвласником театральної трупи «Слуги лорда-камергера» (пізніше «Слуги короля»). А останні 16 років життя Шекспіра увінчалися написанням найвідоміших і найславніших п'єс. Протягом свого життя Шекспір написав 37 п'єс, серед яких відомі: «Ромео і Джульєтта», «Гамлет», «Отелло». Ним також було створено п'ять поем і 154 сонети, які залишаються невмирущими творами світової літератури.

Висновки. В. Шекспір – один із головних засновників світової драматургії і театального мистецтва. Він став справжнім майстром своєї справи завдяки своїй праці та наполегливості.

Література.

1. «Шекспір», автор Ігор Олегович Шайтанов, 2013 рік, видавництво – «Молода Гвардія»; 2. Бабій О. «Вільям Шекспір» (Життя і творчість), накладом видавництва «Українське життя».

15. Жанна Кадирова – митецька і громадянська позиції

Анна Сонько, Олена Пивоваренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасне мистецтво в Україні розвивається в руслі загальнокультурних світових трендів. З'являються, як нові мистецькі течії та цілі жанр. Однак, в умовах війни громадянська позиція митця також набуває особливого значення.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: естетичний, статистичний, класифікації та узагальнення.

Результати та обговорення. Художниця і скульптор Жанна Кадирова працює в традиції мистецтва site specific, створює об'єкти, інсталяції, мозаїки та скульптури. Одна з основних тем її творчості – урбаністика. Серед українських художників мисткиня однією з перших почала працювати з публічним міським простором. Вона є кураторкою виставок у київському LabGarage. У 2011 р. була удостоєна спеціальної премії PinchukArtCentre. У 2012 р. – премії Сергія Курьохіна в номінації «Паблік-арт» за роботу «Форма світла». У 2012 р. нагороджена премією імені Казимира Малевича. У 2013 році отримала головну премію PinchukArtCentre тощо. У 2014 р. взяла участь в мистецькій резиденції за підтримки Varó Galeria, Сан-Паулу, Бразилія. Вона є ініціатором художніх груп, виставок, акцій, таких як Р.Е.П. (Револьюційний експериментальний простір), «Завойоване місто», «Місто переможців», «Ні журі, ні призу», «Нова історія» (Харківський художній музей) та інших багатьох проєктів.

На початку повномасштабного вторгнення у 2022 р. художниці здавалося, мистецтво під час війни – щось непотрібне. Сумніви минули, коли артоб'єкти почали приносити Кадировій сотні тисяч євро, які вона спрямовувала на допомогу армії. Один із прикладів – проєкт «Паляниця». Художниця та її співавтор Денис Рубан шукають річкове каміння та нарізають його у формі традиційного українського хліба. «Паляниці» коштують по євро за грам: на отримані гроші художниця закуповує техніку, машини, амуніцію. За її підрахунками, зібрати вдалося понад €200 000. «Я продаю їх по вазі: в Україні – це грам за гривню, в Америці – грам за долар, а в Європі – грам за євро. "Паляницю" я теж продаю за євро, бо більшість клієнтів – європейці. І також це позиціонується як гуманітарний проєкт, бо гроші йдуть на допомогу, тому люди готові платити на знак солідарності з Україною». Кадирова часто їздить неподалік фронту – відвозить допомогу військовим та вбирає образи війни, які перетворює на артоб'єкти (серія скульптур Harmless War із посічених кулями шматків металу та інші). У 2022 р. вона проїхала п'ять країн та сім міст за 11 днів – представляла Україну на артсцені Австрії, Норвегії, Польщі.

Також вона презентувала свій мистецький проєкт Russian Rocket 2022, аби привернути увагу світу до війни в Україні, яку розв'язала РФ. Художниця клеїть наліпки на вигляді російської ракети на вікна в громадському транспорті чи на ілюмінатори літаків. Кадирова розклеїла стікери на вікнах закордонного транспорту, щоб ще раз нагадати про війну росії проти України. Зображені на наліпках ракети начебто летять над містами — подібно реальним російським ракетам над Україною.

Висновки. Ж. Кадирова непересічна українська громадянка і мисткиня, яка знайшла в собі сили вести «війну» за незалежність України на культурному фронті. Її проєкти отримали не лише світове визнання глядачів, а й приносять реальні кошти, які авторка спрямовує на військові і гуманітарні потреби. Великий талант та чітка громадянська позиція Жанны Кадирової вже на сьогодні заслуговують на визнання та є прикладом для наслідування.

16. Мозаїчне мистецтво в українській архітектурі XX ст.: проблеми збереження та реставрації

Вікторія Макієнко, Олена Пивоваренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання збереження культурної спадщини в Україні на сьогодні стоїть, як ніколи гостро. Певні проблеми виникають в питанні пам'яток радянського періоду.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: естетичний, порівняльного аналізу, узагальнення, історизму, об'єктивізму.

Результати та обговорення. У 1950-х рр. в Україні почало розвиватися монументальне мистецтво. Цьому сприяло орієнтування на мікрорайонну забудову, адже з'явилася потреба в декоруванні житлових і громадських будівель. Рада Міністрів СРСР ухвалила рішення про забезпечення митцям матеріалів, які були довговічними та привабливими на вигляд. Попри бажання українських монументалістів брати за натхнення народні мотиви, радянська влада віддавала перевагу більш лаконічним образам та пропагандистським закликам. Ближче до 1960-х років виникла київська монументалістика, була відкрита майстерня монументального живопису при Київському художньому інституті та секція монументального мистецтва у Спілці художників України.

Серед відомих панно тих часів можна згадати такі, як: «Архангел Михаїл» Григорія Кореня; «Чайки над Дніпром» Ернеста Коткова, Валерія Ламаха та Івана Литовченка; «XX століття» Володимира Бовкуна; «Ковалі сучасності» Галини Зубченко та Григорія Пришедько; «Українська Мадонна» Василя Овчинникова.

Однак творчість завжди прагнула до інновацій, що суперечило ідеології СРСР. Це призвело до знищення мозаїк, вітражів, розписів та композицій, які не відповідали принципам соціалістичного реалізму. Зокрема, зник твір видатних художників Алли Горської, Галини Зубченко, Опанаса Заливахи, Галини Севрук, Людмили Семикіної «Шевченко. Мати», разом з ним було залито бетоном величезний проєкт Володимира Мельниченка й Ади Рибачук «Стіна пам'яті». Знищення видатних культурних пам'яток триває й донині. Так у червні 2023 р. від рук будівельників зникло мозаїчне панно, присвячене героїзму пожежників, на ВДНГ. Цей злочин проти мистецтва отримав широкий резонанс, і директор експоцентру оголосив про наміри разом з Головним управлінням ДСНС відновити композицію. Наразі питання демонтажу мозаїк, створених за радянських часів, стоїть досить гостро. Безліч з них є прикладом модернізму, вони відображують важливі соціальні теми, які були актуальні, мають свій особливий стиль. Нажаль, на сьогодні лише п'ять з багатьох тисяч мозаїк цього періоду внесені до державних реєстрів, тобто юридично не існують.

Висновки. Отже, в Україні без обліку і експертної оцінки існує цілий пласт монументального мистецтва, яке необхідно зберегти від тотального знищення, оскільки фахівці наголошують на їхній культурній і естетичній цінності. Над ними часто працювали уславлені корифеї своєї справи, тому ці твори мають також історичну цінність. Це питання потребує привернення уваги не лише громадянського суспільства а й державного втручання.

Література. 1. Нікіфоров Є., Герман Л., Балашова О. Decommunized: Ukrainian Soviet Mosaics. К.: Основи, 2017. 256 с. 2. Моляр В. Радянська монументалістика: предмет декомунізації чи урбан-айдентика. Режим доступу: URL: <https://mistosite.org.ua/uk/articles/radianska-monumentalistyka-predmet-dekomunizatsii-chy-urban-aidentyka>

17. Мовні особливості сучасної комунікації в соціальних мережах

Надія Магден, Людмила Приблуда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні спостерігаємо активний розвиток інформаційних технологій, які змінили комунікацію між людьми. Поява різних соціальних мереж, наприклад, фейсбуку, інстаграму, ознаменувала собою початок нового етапу комунікації. Соціальні мережі зокрема та інтернет загалом як нові виміри комунікативного середовища відіграють важливу роль фактично у всіх аспектах сучасного спілкування між людьми та дедалі більше привертають увагу мовознавців.

Матеріали і методи. У роботі використано описовий метод. Матеріалом для дослідження послуговували розвідки, наукові статті про мовні особливості сучасної комунікації в соціальних мережах.

Результати та обговорення. Користувачі соціальних мереж позиціонують себе в ній за допомогою мови, зокрема різні коментарі, написання приватних повідомлень, дописи в групах тощо. С. Соломенко підкреслює: «Комунікація в соціальних мережах надає можливості знайти співрозмовників, близьких за поглядами, думками, інтересами й інтелектуальним рівнем. Спілкування в соціальних мережах розширює можливості комунікації, сприяє самоідентифікації людини, знаходженню нею саме того комунікативного виміру, що є найбільш комфортним»[3, с. 102].

Зауважимо, що мовний аспект комунікації в соціальних мережах репрезентований на різних рівнях. О. Дзюбіна наголошує на тому, «кожна комунікативна ситуація вимагає певної мовної поведінки, реалізації засобів, визначальних для такої ситуації»[1].

Так, на лексичному рівні досить часто користувачі послуговуються англізмами, напр.: *акаунт, бан, бот, хайп, спойлер* та ін.

Простежуємо активне вживання аббревіатур, напр.: *4u* (For You) – для тебе; *LOL* (Laughing Out Loud) – регочу на всю горлянку; *XLNT* (excellent) – відмінно; *HBTU* (happy birthday to you) – з днем народження; *GF* (girlfriend) – дівчина; *BF* (boyfriend) – хлопець; *GN* (good night) – добраніч; *IC* (I see) – ясно та ін.

Спостерігаємо функціонування скорочень, напр.: *бро* – брат, *інет* – інтернет, *норм* – нормально, *інфа* – інформація, *ава* – аватарка, *ак* – акаунт, *адмін* – адміністратор та ін. Т. Ніколаєва зауважує, що «соціальні мережі використовують для того, аби швидко знайти контакт із кимось. У такому разі повідомлення стисле, тому молодь часто використовує скорочення та аббревіатури» [2, с. 98].

З метою максимального наближення комунікації в соціальних мережах до живого спілкування часто використовують вигуківі форм, напр.: літер – *Awww!* (Ой!); *Whaaaaat?* (Щоооо?); *Ohhhh!* (Ох!).

Висновки. Отже, соціальні мережі є засобом спілкування між користувачами за допомогою писемних текстів, що представляють новий спосіб комунікації через використання різних мовних засобів.

Література. 1. Дзюбіна О. І. Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки». 2016. № 2 (12). С. 218–222. 2. Ніколаєва Т. М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. Закарпатські філологічні студії. 2019. Випуск 9. Том 2. С. 96–101. 3. Соломенко С. І. Особливості масової мовленнєвої культури соціальних мереж. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2023. № 1. С. 99–103.

18. Проблема вживання англізмів у сучасній українській мові

Олександр Косовець, Людмила Приблуда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Запозичення – невід’ємна складова частина лексики української мови, що активно функціонує у всіх сферах життя сучасного мовця. Суспільно-економічне життя країни, поступ у культурно-інформаційній сфері вплинуло на кількісне зростання англізмів у сучасній українській мові.

Матеріали і методи. У роботі використано описовий метод. Матеріалом для дослідження послуговували словники слів іншомовного походження, зокрема англізми, що в них зафіксовані.

Результати та обговорення. Ю. Заремблук тлумачить англізми як різновид мовного запозичення слова чи його окреме значення, вислів, що запозичені чи перекладені з англійської мови або утворені за її зразком[2].

Т. Мартинова, В. Кукушкін узагальнено поділяють запозичення з англійської мови на такі лексико-семантичні групи: «побут – *джемпер, джинси, крекер, ланч, міксер, секондхенд, тостер, хендмейд, шейкер*; електроніка – *браузер, комп’ютер, ноутбук, принтер, сканер, юзер*; спорт – *байкер, боулінг, дайвінг, плеймейкер, скейтборд, тайм-аут*; професії – *аніматор, аудитор, брокер, дизайнер, дилер, копірайтер, логіст, маркетолог, мерчендайзер, провайдер, продюсер, промоутер, ріелтор, сек’юриті*; масова культура – *бойфренд, імідж, кросворд, мітинг, постер, рімейк, ток-шоу, фешенебельний, хіт* тощо»[3]. Науковці виокремлюють групу англізмів, які потрапили в українську мову як найменування нового предмета, нової реалії або є термінами, що мають інтернаціональний характер, напр.: *офшор, рейтинг, файл, сайт, боулінг, скейтборд, міксер*[3]. Поява нових технічних засобів сприяла поповненню українською мови такими англіцизмами, як: *імобілайзер* – автомобільна сигналізація, *термопот* – термос і чайник в одному, *меморі стік* – накопичувач[3]. Такі слова як *принтер, картридж, провайдер, сервер, монітор, модем* та ін. набули великого поширення через те, що комп’ютер з’явився у кожній оселі, і ця термінологія використовується в мовленні пересічних громадян[3].

О. Дьолог підкреслює: «Досліджуючи проблему використання іншомовних елементів, часто можна побачити приклади бездумного та невмотивованого використання англійських найменувань навіть у тих випадках, коли легко можна знайти прості і точні українські відповідники, наприклад: *праймтайм* (укр. найкращий час), *тінейджер* (укр. підліток), *бартер* (укр. товарообмін), *пресинг* (укр. тиск), *екшн* (укр. дія), *сейл* (укр. розпродаж) тощо»[1, с. 45].

Висновки. Отже, в сучасній українській мові англізми відображають нові реалії та відповідно по-новому їх називають, уточнюючи, звужуючи, розширюючи семантику. Однак, на наше глибоке переконання, процес запозичення нових слів має бути вмотивованим.

Література. 1. Дьолог О. С. Лексичні англіцизми як особливість сучасної мовної моди. Закарпатські філологічні студії. 2020. Вип. 13. Том. 3. С. 43–47. 1. Заремблук Ю. Англізми в українській мові. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/stud_konferenzia/2016_1/59.pdf (дата звернення – 15.03.2024). 3. Мартинова Т. І., Кукушкін В. В. Англіцизми в сучасній українській мові. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/28/part_1/10.pdf (дата звернення – 15.03.2024).

23.3. Philosophy and psychology

Chairperson – associate professor Larysa Sarakun

Secretary – associate professor Nataliia Chuhaieva

23.3. Філософія і психологія

Голова – доцент Лариса Саракун

Секретар – доцент Наталія Чугаєва

1. Перспективи філософії, нові тенденції в сучасній філософії

Катерина Ярчак, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Філософія завжди була важливою дисципліною і зазнала серйозних змін протягом всієї історії існування. Сьогодні філософія прагне зрозуміти світ і людей за допомогою роздумів та аналізу. Багато філософів схилиються до думки, що ці дослідження перебувають у процесі зникнення, хоча експерти підтверджують їх важливість у сучасному суспільстві.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних та світових філософів. У праці було використано загально-наукові та спеціальні методи: історичного аналізу, узагальнення. Мета дослідження – проаналізувавши перспективи розвитку філософії у XXI ст.

Результати та обговорення. У філософських дебатах 20 століття домінують три тенденції: континентальна філософія, англо-американська аналітична філософія та американський (нео)прагматизм. Сьогодні спостерігається помітна тенденція наводити філософський дискурс до статусу пережитого минулого. Зміни у суспільстві у бік більш технологічного і сталого суспільства призвели до переглядання філософських проблем. Паралельний розвиток філософії до соціальної еволюції допомогло виявити нові виклики у суспільстві та у світі. Завдяки технологічному процесу, з'являються нові кола інтересів. У зв'язку зі швидким розвитком технологій філософія може стикнутися з питаннями конфіденційності, свободи думок у цифровому світі; питання прав людини, справедливості не втрачають своєї актуальності; велике значення для філософської науки має фокусування на проблемах екології, тендерної рівності, культурної різноманітності. Сучасна філософія породила нові школи та течії, кидаючи виклик принципам гуманістичній традиції. Серед них ми можемо знайти позитивізм, екзистенціалізм, прагматизм і постмодернізм. У той же час у XX столітті з'явилися й інші течії. Це, наприклад, феноменологія, неотомізм, комунітаризм, персоналізм.

Перспективи та підходи у філософії також згодом змінилися. Наприклад, поява нових технологій, таких як штучний інтелект та біотехнологія, порушила важливі етичні питання про те, як їх слід використовувати та регулювати.

Досягнення нейробіології та психології кинули виклик традиційному поняттю знання та призвели до нових підходів у філософії знання. Новітні технології космології та квантової фізики кинули виклик нашому розумінню існування, природи реальності та породили нові дискусії у галузі метафізики та відносин між наукою та філософією. У все більш взаємопов'язаному та глобалізованому світі здатність аналізувати та зрозуміти етичні, політичні та культурні проблеми має вирішальне значення для сталого розвитку та побудови справедливого суспільства.

Висновки. Отже, перспектива філософії XXI-го століття полягає в пошуку відповіді на надзвичайно складне питання про те, що означає бути людиною, що робить життя гідним того, щоб її прожити, про те, як ми можемо бути справедливими по відношенню до інших.

Література: 1. Peter Jonkers, Perspectives on twentieth century philosophy: A Reply to Tom Rockmore. *ArsDisputandi*, Volume 3, 2023 - Issue 1; 2.https://www.academia.edu/19875314/21st_Century_Philosophy_In_Crisis_or_New_Beginning Daniel D. Hutto, 21st; 3. <https://blogs.salleurl.edu/en/where-are-we-headed-philosophy-21st-century>.

2. Аналіз академічної прокрастинації

Олексій Літошко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Прокрастинація виявляється у постійному відкладанні важливих справ та викликає відчуття дискомфорту та негативних емоцій та є основним чинником, що суттєво гальмує саморозвиток та перешкоджає досягненню самореалізації особистості. Ця проблема найбільш гостро виражена в освітньому процесі, оскільки саме тут умови часто сприяють виникненню прокрастинації, що призводить до негативних наслідків у процесі навчання.

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психолого-педагогічної літератури, публікації результатів наукових досліджень з проблем прокрастинації та мотивації здобувачів в освітньому процесі. Емпіричні методи: психодіагностика, спостереження і самоспостереження, онлайн-опитування.

Результати та обговорення. Здобувачі вищої школи найчастіше стикаються з прокрастинацією у ситуаціях, де потрібно вкладати інтелектуальні зусилля, вимагається висока самоорганізація та планування дій. Це особливо відноситься до завдань із відтермінованою винагородою, які можуть бути недостатньо мотиваційними, або тих, що вимагають взаємодії з особами, що викликають негативні емоції. Серед причин виникнення прокрастинації у студентів можна відзначити не улюблену або нудну роботу, неспроможність встановлювати пріоритети, неясність щодо життєвих цілей та спрямувань, неефективне управління часом, відсутність мотивації та невпевненість у власних силах.

Академічна прокрастинація має такі причини: – відсутність мотивації та порушення мотиваційно-вольової сфери, стрес, що виникає внаслідок невпевненості та страху перед майбутнім, або, навпаки, перфекціонізм. Однак найпоширенішими є проблеми такі, як невміння здобувачів визначати ієрархію своїх цілей і цінностей, а також планувати свою діяльність. Додатковою причиною є недостатня безпосередня комунікація з оточенням і перевищена кількість віртуальних впливів. Логічне розподілення завдань на менші компоненти і супроводом методичних рекомендацій якісного виконання. Це може бути корисним для полегшення процесу здобуття освіти.

Для зменшення академічної прокрастинації, важливо самому прокрастинатору розробити стратегію її подолання, яка за думкою психологів має містити такі тактики: - **Створити список справ.** Внести в нього терміни виконання кожного завдання, щоб не відставати від графіка. - **Розбити завдання на частини.** Розділити свої завдання на менші, керовані кроки, щоб зробити їх менш обтяжливими. - **Розпізнавати прокрастинацію.** Усвідомлювати думки про прокрастинацію і чинити опір цьому бажанню. Якщо хочеться прокрастинувати, потрібно витратити 20 хвилин на виконання завдання. - **Усунути відволікаючі фактори.** - **Винагороджувати себе.**

Висновки. Часті випадки академічної прокрастинації можуть призвести до негативних наслідків, таких як зниження успішності та збільшення рівня тривожності у студентів. У деяких випадках це може викликати виникнення комплексу неповноцінності, призвести до рішення відмовитися від продовження навчання.

Література. 1. Столярчук О. А., Коханова О.П. Динаміка академічної прокрастинації студентів. 2021. № 26. С. 127-132. <http://habitus.od.ua/journals/2021/26-2021/25.pdf>. 3. Прокрастинація в нашому житті. Інститут людини. URL: <https://il.kubg.edu.ua/>

3. Psychological Challenges and Benefits of Using Technology for Self-Development

Oleksii Shumylo, Iryna Nikitina

National university of food technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The rapid development of technologies nowadays is changing our perception of the world and our interaction with it. These changes present both challenges and opportunities in the context of psychological development. In this context, it is important to explore how technologies influence our mental health, how they can help overcome psychological challenges, and contribute to personal growth.

Methods and Materials. Theoretical analysis was conducted using the works of domestic and foreign scientists.

Results and Approaches. Self-development is an active process of improving one's personality, developing knowledge, skills, character, and potential without external coercion or dictation. It is a systematic approach to one's own growth and improvement in various aspects of life, including physical, mental, emotional, and social development.

The use of technology for self-development has numerous advantages, facilitating access to information, enhancing productivity, and contributing to personal growth.

Some of the key benefits include: -The internet and online resources provide broad access to educational materials, e-books, video lessons, and other resources for self-study. -Online learning platforms such as Coursera, Udemy, allow acquiring new knowledge and skills from leading experts in various fields. -The ability to study new material at your own time and pace promotes flexibility and individualization in the learning process. -Technologies provide opportunities for developing various skills, including programming, design, language, music, and many others. -Specialized apps and tools enable efficient time management, task planning, and enhancement of personal productivity. -The ability to receive advice and consultations from experienced professionals through specialized platforms supports personal and professional development. -Communication with representatives from other fields, discussing ideas and experiences in specialized online communities, contributes to expanding networks and knowledge exchange. -Access to apps and resources for meditation, psychotherapy, and psychological well-being contributes to stress reduction and improved mental health. -Using technology for self-development also provides the opportunity to learn and enhance technological skills, which is crucial in the modern world.

The use of self-development technologies comes with psychological challenges that can impact the emotional state and mental well-being of users. The main ones include:

2. **Virtual Isolation:** Immersing oneself in the world of technology can lead to a sense of virtual isolation, especially if interactions with other people are predominantly through screens.

3. **Excessive Self-Monitoring:** Some individuals may fall into excessive self-monitoring, constantly demanding continuous tracking of their progress and goal achievement.

4. **Loss of Concentration:** Constant messages and notifications can disrupt concentration, affecting the quality of learning and self-development.

Conclusions. In general, technologies can significantly facilitate the process of self-development, making it more accessible, efficient, and enjoyable. It is important to be aware of the psychological challenges and use technology rationally to achieve personal goals, avoiding overload and maintaining a balance between technology use and a healthy autonomous lifestyle.

4. Самостійна робота як основа наукової і професійної підготовки

Віктор Грек, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Трансформація навчального процесу актуалізує організацію самостійної роботи здобувачів технічної освіти для формування глибоких знань, практичних вмінь і, як наслідок, до творчої (наукової) роботи[1].

Освітній процес у вищій школі – це не лише оволодіння знаннями в певній професійній галузі та набуття досвіду їх застосування, а й складна система організації, управління й розвитку пізнавальної діяльності, процес, який має забезпечувати підготовку кваліфікованих та компетентних фахівців.

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психолого-педагогічної літератури, публікації результатів наукових досліджень з проблем прокрастинації та мотивації здобувачів в освітньому процесі. Емпіричні методи: психодіагностика, спостереження і самоспостереження, онлайн-опитування.

Результати та обговорення. Ефективність самостійної роботи здобувача технічної освіти тісно пов'язана з вмотивованістю до професійного зростання.

Умови успішного виконання самостійної роботи:- Формулювання мети, завдань, методів;-Наявність методики виконання;- Можливість отримання консультації викладача;-Фіксація термінів, форм і видів контролю, у тому числі на платформі MOODLE;-Наявність соціальних стимуляторів і інформаційної бази для вмотивованості отримання професійної підготовки;-Реалізація принципу наочності для поєднання конкретного з абстрактним, раціонального з ірраціональним, теоретичних знань з практичною діяльністю;-Можливість використання технічної бази для моделювання виробничих процесів;-Забезпечення інтенсивності пізнавальних професійних контактів, зумовлених рівнем інтелектуального середовища[3, 4]. Принцип самостійності в навчанні ґрунтується на закономірності пізнавальної діяльності людини: знання – це результат самостійної розумової праці особистості. Спроби викладача все пояснити в деталях, надто спростити розумову працю здобувача призводять до формування споживацької психології особистості, обмежують самостійну ефективну професійну діяльність.

Кожен із компонентів самостійної роботи потребує від здобувачів технічної освіти наполегливої вмотивованої праці. Викладач має виконувати насамперед функцію організатора освітньої діяльності, а здобувачі – функцію активних особистостей в оволодінні знаннями. Доцільно проведення настановчого заняття з детальною інформацією про особливості механізмів розумової праці, причини появи втоми з акцентом на шляхи підвищення працездатності за рахунок режиму харчування, організації відпочинку тощо[4].

Висновки. Реформи системи сучасній освіті, сприяють перегляду класичних підходів до організації самостійної роботи, визначення можливості формування у здобувачів загальних компетенцій, розвитку значимих фахових якостей, організації діяльності, спрямованої на формування здатності до самоосвіти, саморозвитку для сприйняття інновацій в технічних галузях.

Література. 1. Mougél D., Lypka S., Fabian M., Gudmanian A. (2023). The use of personally oriented technologies in the professional training of future specialists. *Conhecimento & Diversidade*, 15, 176-189. 2. Yasynska E.Ts. (2022). Current issues of organizing students' independent work in higher educational institutions. *Colloquium-journal*, 20 (143), 15-17. Doi: 10.24412/2520-6990-2022-20143-15-17. 4

5. Цифрові технології та мотивація суб'єктів освіти

Олег Ченцов, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Цифрові технології відкривають унікальні можливості підвищення якості вищої освіти. Вони стали невід'ємною частиною навчання у вищій школі й відкривають безмежні можливості розвитку мотивації усіх суб'єктів освітнього процесу.

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психолого-педагогічної літератури, публікації результатів наукових досліджень з суміжних областей про вплив цифрових технологій на освіту та мотивацію здобувачів. Емпіричні: узагальнення доступної статистичної інформації про впровадження цифрових технологій у вищих закладах освіти, психодіагностика, спостереження і самоспостереження, онлайн-опитування.

Результати та обговорення. Сучасна освіта змінює базові підходи та інструменти впливу і взаємодії викладачів зі студентами. З одного боку, здобувачі, маючи доступ до цифрових навчальних ресурсів та платформ, проявляють більшу заінтересованість до навчання. З іншого боку, викладачі, спроможні здійснювати свою професійну діяльність за допомогою сучасних інструментів освіти, значно підвищують свою ефективність і кваліфікацію та оптимізують педагогічну діяльність. Інший, важливий фактор – взаємна доступність до спілкування та взаємодії викладачів та студентів. Отже, основні результати дослідження можна узагальнити наступним чином: - Здобувачі, що мають доступ до цифрових освітніх ресурсів і платформ, виявляють більшу мотивацію досягнень, активно залучаються до навчального процесу і у результаті демонструють вищі показники успішності. Впровадження інтерактивних занять на базі цифрових технологій збільшує зацікавленість та сприяє зростанню внутрішньої мотивації студентів. Вони сприймають навчання як цікавий виклик, глибокий творчий процес.

Інтерактивність та можливість самостійного вибору навчального матеріалу завдяки цифровим інструментам допомагають студентам знаходити напрямок саморозвитку та самовдосконалення, що найбільше відповідає сфері їхніх інтересів та посилює особистісні мотиви для навчання. - Доступ до онлайн-курсів і ресурсів у будь-який момент та з будь-якого місця сприяє гнучкості та самостійності навчання і підвищує мотивацію здобувачів завдяки індивідуальному вільному вибору найбільш сприятливого часу. - Використання цифрових технологій також продуктивно впливає на мотивацію досягнень та активність викладачів. Педагоги, які ефективно використовують ці інструменти, можуть створювати більш захоплююче освітнє середовище, спростити та значно удосконалити ефективність механізмів донесення знань до аудиторії, сформувати студентоцентроване мотиваційне середовище саморозвитку і самореалізації актуального і перспективного фахового й особистісного потенціалу.

Результати дослідження вказують на те, що цифрові технології мають значний актуальний потенціал позитивно змінювати особистісно-зорієнтовану парадигму вищої освіти та сприяти підвищенню мотивації її суб'єктів.

Висновки. Дослідження показало, що впровадження цифрових технологій у систему вищої освіти впливає на мотивацію студентів і збільшує їхню суб'єктність, самостійність і креативність у навчанні. Інтерактивність та доступність онлайн-ресурсів забезпечують більш гнучкий і комунікативний освітній процес та провокують вмотивований пошук і якісне оптимальне вирішення проблем.

6. Моделі вимірювання культурних різниць

Максим Кривошеєв, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному глобалізованому світі, де межі стають все більш проникними, здатність розуміти та поважати культурні відмінності стає необхідністю. Досліджено, як наука намагається класифікувати та порівнювати культурні особливості по всьому світу та як це знання може бути корисним у різних аспектах нашого життя, включаючи міжкультурну комунікацію, міжнародний бізнес, глобальну політику та освіту.

Матеріали і методи. Нами розглянуто декілька моделей, які були розроблені для вимірювання культурних різниць. Дані основні моделі включають модель культурних вимірювань Герта Хофстеде, проект GLOBE, теорії Фонса Тромпенаарса та Едварда Холла. Методологія полягає у порівняльному аналізі цих моделей, вивченні їх ключових вимірів та застосуванні у різних сферах.

Результати та обговорення. Модель Хофстеде включає виміри, такі як владна відстань, індивідуалізм проти колективізму, маскуліністність проти фемініністності, уникнення невизначеності, довготермінова орієнтація проти короткотермінової, поблажливість проти стриманості. Ці виміри допомагають зрозуміти, як культурні відмінності впливають на робочі процеси, управління, комунікацію, прийняття рішень та процес навчання.

Проект GLOBE розширює ці виміри, додаючи такі аспекти, як гендерний егалітаризм, орієнтація на майбутнє, гуманність орієнтації, асертивність. Це дозволяє більш глибоко зрозуміти внутрішню динаміку культур і розбіжності між 'бажаним' та 'дійсним'. Теорії Тромпенаарса та Холла пропонують додаткові перспективи на культурні відмінності, зосереджуючись на таких аспектах, як контекст комунікації та відношення до часу та навколишнього середовища. Ці моделі допомагають розуміти різницю у міжособистісних та бізнес-взаємодіях в різних культурах.

Висновки. Моделі вимірювання культурних різниць є ключовими для розуміння міжкультурної комунікації, міжнародного бізнесу, глобальної політики та освіти. Вони допомагають адаптувати стратегії, політики та навчальні підходи, враховуючи культурні особливості. Однак, важливо враховувати обмеження цих моделей та потребу в їх адаптації та оновленні з урахуванням сучасних глобалізаційних тенденцій.

Література. 1. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (Eds.). (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. 2. Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*, New York: Anchor Books. ([Hall Edward T. Beyond Culture.pdf \(monoskop.org\)](#)). 3. Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65(1), 19-51. 4. World Values Survey Association. (2020). *World Values Survey: All Rounds - Country-Pooled Datafile*. 5. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. 6. World Values Survey Association. (2020). *World Values Survey: All Rounds - Country-Pooled Datafile*. 7. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65 ([\(PDF\) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries \(researchgate.net\)](#))

7. Психолого-педагогічні способи подолання прокрастинації в освітній діяльності здобувачів

Олександр Жолобок, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному освітньому середовищі прокрастинація серед здобувачів вищої освіти стала важливою проблемою, яка обмежує їхній академічний прогрес та особистісний розвиток.

Методи. Дослідження даної проблеми відбувалось теоретичним шляхом, а саме було проведено аналіз сучасного стану досліджуваної тематики у соціологічній, психологічній та педагогічній літературі.

Результати та обговорення. Теоретичний аналіз дозволив виявити основні психологічні фактори, що визначають прокрастинацію серед студентів, такі як страх неуспіху, відсутність мотивації та проблеми управління часом. Вироблені психолого-педагогічні стратегії націлені на вирішення цих проблем, проте практична ефективність їхнього застосування залишається відкритим питанням.

Дослідники виділяють 15 ключових причин прокрастинації: -Незнання того, що потрібно зробити; -Незнання, як щось зробити; -Небажання щось робити; -Байдужість до того, чи буде це зроблено, чи ні; -Байдужість до того, коли щось буде зроблено; -Відсутність настрою щось робити; -Звичка чекати до останньої хвилини; -Упевненість, що краще працюється під тиском; -Упевненість, що можна закінчити справу в останню хвилину; -Брак ініціативи, щоб розпочати роботу; -Забудькуватість; -Виправдання хворобою або поганим станом здоров'я; -Очікування на слушний момент; -Потреба в часі на обмірковування завдання; -Відкладання одного завдання на користь роботи над іншим.

Щодо прокрастинації здобувачів вищої школи виділяють такі головні причини: - Переоцінка кількості часу, що залишилося на виконання завдань. - Переоцінка, мотиваторів в майбутньому. - Недооцінка, скільки часу займе виконання певних видів діяльності. - Помилкове припущення, що для роботи над завданням потрібно надхнення, бути в правильному настрої.

Деякі дослідники виділяють два типи прокрастинаторів: пасивні та активні прокрастинатори. Також виокремлюють типи прокрастинаторів на основі різних поведінкових стилів прокрастинації, зокрема: -Перфекціоніст. Відкладає завдання через страх, що не зможе виконати його досконало. -Мрійник. Відкладає завдання, тому що не вміє звертати увагу на деталі. -Бунтівник. -Не вірить, що хтось повинен диктувати йому свій графік. -Неспокійний. Відкладає завдання через страх змін або покинути комфорт "відомого". -Кризисник. Відкладає завдання, бо любить працювати під тиском. -Той що перевантажив себе. Бере на себе занадто багато і бореться з проблемою пошуку часу, щоб почати й завершити завдання. На відміну від прокрастинаторів, непрокрастинатори зосереджуються на поставленому завданні, мають сильнішу особисту ідентичність і менше переймаються думкою інших.

Висновки. Докладні результати практичного впровадження цих стратегій в реальному освітньому середовищі залишаються предметом подальших досліджень. Теоретичний фундамент, хоч і вказує на потенційну ефективність, не завжди адаптується безпосередньо до конкретних умов навчання.

Література. 1. Прокрастинація: визначення, види, способи подолання (psychologer.com.ua). 2. Прокрастинація в нашому житті. Інститут людини. URL: <https://il.kubg.edu.ua/>

8. Методика дослідження логістичних ризиків в діяльності хлібопекарних підприємств

Максим Ліманський, Сергій Грибков, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

В динамічних умовах розвитку підприємств хлібопекарної галузі логістична діяльність пов'язана з ризиком. Нестабільність поставки готової продукції, несвоєчасні платежі, залучення кредитних ресурсів, всі ці чинники впливають на зменшення обсягу прибутку. Окреслені чинники впливають на відповідні логістичні потоки та викликають проблеми у роботі компонент логістичної системи.

Дії, що мають призвести до зменшення ризиків, мають бути глибоко деталізовані та проаналізовані для конкретної ланки логістичного ланцюга.

Логістичний ризик підприємства торгівлі можна класифікувати за видами потоків та компонентами логістичної системи різного рівня [1].

Для оцінювання логістичних ризиків варто приділити увагу внутрішнім ризикам хлібопекарського підприємства, тобто ризики, що пов'язані з управлінням поставками і можуть бути спрогнозовані на самому підприємстві.

Для дослідження варто звернути увагу на такі логістичні ризики у поставці готової продукції, як матеріальний, сервісний, інформаційний та фінансовий. А це втрата властивостей матеріального потоку в процесі його руху через компоненти логістичної системи підприємства; неналежне обслуговування споживачів під час поставки продукції; неповне або часткове забезпечення компонент логістичної системи інформацією в потрібний час та потрібного обсягу; труднощі обігу фінансових коштів, що необхідні для забезпечення безперебійного руху матеріального потоку тощо.

В управлінні логістичним ризиком багатообіцяючим є використання інтелектуальних систем прийняття рішень. Базовим інструментарієм інтелектуальних систем прийняття рішень є експертні системи, штучні нейронні мережі, популяційні методи та моделі оптимізації, нечіткі множини та нечітка логіка, які можна розглядати окремо або у взаємозв'язку між собою [2].

Тобто, кожна логістична поставка може характеризуватися ймовірністю наявності відмов, що пов'язані неточностями у оформленні документів, запізненнями, невірним чи неоптимальним маршрутом поставки, неправильною комплектацією замовлення тощо, і заходами щодо усунення причин відмов.

Отже, необхідність подальших досліджень щодо обґрунтування науково-методологічних підходів до виявлення впливів ризиків на функціонування логістичної системи хлібокомбінату для їх подолання або використання додаткових ефектів є доцільним.

Література. 1. Ільченко Н.Б. (2016) 'Оцінювання логістичних ризиків підприємства торгівлі', Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент, 15, с. 58–62. 2. Яременко О.Ф., Матюх С.А. (2019) 'Ризики логістичних систем', Вісник ХНУ, 6, с. 231–236.

9. Вплив внутрішньої мотивації на емоційне вигорання лідера

Аліна Бесспалова, Лариса Саракун

Національний університет фізичного виховання і спорту України

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Хронічна втома, депресія та емоційне вигорання є актуальною проблематикою лідерів у будь-якому контексті, а розуміння того, як внутрішня мотивація може впливати на цей процес, може служити основою для розробки стратегій попередження цих явищ.

Матеріали і методи. Для вирішення поставлених завдань було використано теоретичні методи: аналіз, синтез, узагальнення науково-психологічної літератури з означеної проблеми.

Результати. Згідно з поглядами А. Маслоу, мотивація – це внутрішній стан особи, який підтримує і спрямовує її поведінку. Ф. Герцберг розглядав мотивацію як стимули або фактори, що спонукають працівників до досягнення високих результатів та задоволення від своєї роботи[1]. Переваги внутрішньої мотивації: стала залученість, особиста самореалізація, самоспрямованість, складність стимулювання, відсутність універсальності. Ключовими аспектами мотивації лідерів є: досягнення мети, особистісний та професійний розвиток, вплив на групу, відповідальність перед групою, визнання та увага, інтелектуальні виклики, колективні цілі, стресостійкість та витривалість тощо. Чим краще лідер розуміє власні джерела своєї внутрішньої та зовнішньої мотивації, тим краще та ефективніше він може надихати інших на досягнення спільних цілей[1, с. 34-35].

Емоційне вигорання у лідерів виникає рідше ніж у звичайних працівників, але високий рівень відповідальності та хронічний стрес протягом тривалого періоду можуть призвести до цього синдрому.

Ризики, які можуть спричиняти емоційне вигорання серед лідерів – це, перш за все, високий обсяг роботи і надмірна завантаженість. Другий аспект – постійний стрес. Лідери завжди мають великий рівень відповідальності, вирішення конфліктів, прийняття важливих рішень та управління всім колективом, все це, може призвести до серйозного стресового стану який може перерости в емоційне вигорання[1]. Лідери часто мають причину вигорання і через невміння сприймати критику та невдачі.

Неефективне управління часом та невміння встановлювати пріоритети можуть вивести лідера з рівноваги та викликати втому. Наступний аспект емоційного вигорання – невідповідність з власними цінностями. Якщо лідер зіштовхується з роботою яка суперечить його цінностям або переконанням, але він вимушений працювати в таких умовах, то цілком можливо, що це призведе до емоційного вигорання.

Висновки. Задача лідерів в першу чергу, бути уважними і враховувати всі ризики, які можуть виникати під час роботи, адже це допоможе зберегти фізичне та психічне здоров'я. Для того щоб лідерам не вигорати в роботі, їм варто звертати увагу на внутрішню мотивацію, яка відіграє ключову роль у профілактиці синдрому вигорання.

Література. 1. Вплив внутрішньої мотивації на емоційне вигорання лідерів студентських самоврядувань та організацій [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/9206>

10. Вплив цифрових технологій на ідентифікацію особистості

Дарина Виноградня, Лариса Саракун

*Університет Григорія Сковороди в Переяславі, Київ, Україна
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

Вступ. Перебуваючи в комунікативному просторі інформаційного суспільства особистість виступає як культурний об'єкт, що формується під впливом самотворення та самодетермінації в її життєвому світі. Тому дослідження проблем ідентичності у розрізі автентичності молодого покоління Z є на сьогодні достатньо актуальним.

Матеріали і методи. У дослідженні використаний компаративний метод. Матеріалом наукової розвідки слугували теоретичні та емпіричні дослідження науковців.

Результати та обговорення. Завдяки виникненню нових інформаційних технологій сформувався цифровий віртуальний простір у якому відбувається ідентифікація особистості. Взаємодія у кіберпросторі здійснюється на інформаційно-психічному рівні. Виникає ілюзія повної безпеки, а анонімність і можливість у будь-який момент перервати контакт, створюють відчуття повного контролю над процесом спілкування. Це робить людей більш відвертими, демонструючи вразливі місця їх психіки. «У інтернеті спілкування, нерідко спирається на базові інстинкти, великий обсяг інформації засвоюється фрагментарно, а відсутність логічних зв'язків робить інформацію легко поглинаємою, такою, що засновується більше на емоціях, ніж на аналізі»[1, с. 1-2]. Нинішньому поколінню потрібне інше сприйняття дійсності і трансформація світоглядних позицій, ціннісних установок, формування нової ідентичності. Індивід прагне за допомогою віртуальних симуляцій замінити реальне соціокультурне життя. Особливості соціалізації в суспільстві дедалі більше залежать від впливу симуляційних утворень, які спотворюють дійсні соціальні зв'язки та взаємини[2, с. 10]. Сучасний філософ М. Серр однією із вирішальних характеристик особистості нової людини називає зниження уваги, здатності концентруватися й втрату пам'яті, адже завдяки доступності інформації у молоді зникає потреба утримувати її великі обсяги в голові. Сучасні нові технології активують та розвивають зовсім інші зони кори головного мозку, відмінні від тих, що іррадіюються при прочитуванні та запам'ятовуванні тексту. Окрім того, ми втрачаємо пам'ять у суб'єктивному сенсі – вона стає незалежною від носія, отже, попередній спосіб мислення теж змінюються[3].

Висновки. Головними ознаками особистості сучасної молоді людини є розширення когнітивних компетенцій, але зменшення обсягів довготривалої пам'яті; збагачення мовлення та комунікації, однак й зростання відчуженості й самотності; релігійна свобода та моральна розкутість, проте й втрата авторитетів та розмитість ціннісних орієнтацій.

Література. 1. Бугайова Н. М. Трансформація особистості в епоху цифрових технологій [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v9/i12/5.pdf>. 2. Саракун Л. П. Покоління z як предтеча майбутньої планетарної цивілізації // Political and Legal Studies. 2022. Vol. 1, Issue 4. Р. 7-17. 3. Сарнавська О. В., Яковишина Т. В., Швдюк Т. А. Філософське осмислення особистості цифрового покоління: постмодерний дискурс / Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки. Вип. 2 (88), 2020. С.135-145.

11. Особливості емоційного інтелекту у міжособистісному спілкуванні

Вікторія Червонна, Лариса Саракун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нині у світі спостерігається такий рівень вибуху негативних емоцій людей, який дійсно нагадує «колективне божевілья». Емоції виходять з під контроль у повсякденному спілкуванні людей. Повна емоційна неосвіченість, яка виказує себе у кількісних показниках зростаючої депресії, у зростанні вибухів жорстокості, насильства, агресивної поведінки, невмотивованих вбивств, вандалізму, на жаль, набуває вигляду однієї з найхарактерніших ознак цивілізації XXI століття.

Матеріали і методи. Процедура дослідження передбачала використання таких методів як порівняльно-психологічний аналіз наукових робіт, які стосуються проблем емоційного інтелекту. При цьому застосовувався формально-логічний та структурно-логічний методи дослідження.

Результати. В останнє десятиліття з'явилась велика кількість повідомлень, що свідчать про найвищий за всю історію людства рівень емоційної нестриманості, нехтування будь-якими нормами у виявленні почуттів на всіх рівнях спілкування людей, починаючи з родини і закінчуючи трудовим колективом[1]. Це виявляється і у відчаї «мовчазної самотності» дітей, яких батьки залишили наодинці з телебаченням у ролі «вихователя», і у жорсткому насильстві в шлюбних відносинах, і у дружньому спілкуванні.

Особливості поведінки людини, керування власними емоціями та розуміння емоцій інших людей залежить від рівня розвитку емоційної регуляції, а також її впливу на міжособистісні стосунки[2]. Головне в емоційній регуляції – це регуляція виникнення емоцій, їх планування та спрямованість. Недостатній рівень розвитку емоційної регуляції може провокувати співзалежність (адикція стосунків) або навіть емоційну залежність від партнера[1]. Співзалежність може бути як реакцією на зовнішні подразники, так і передумовою розвитку неврозу.

Активність є фундаментальною ознакою психіки людини і може бути надситуативною (спрямовується особистісними настановами та цінностями). Реактивна дія позбавлена інтелектуального компоненту, вона детермінована попередньою ситуацією і фактично відзеркалює її. Таку поведінку можна розглядати як форму зовнішнього відбиття досить низького рівня внутрішньої активності суб'єкта. Усвідомлена дія, на відміну від реактивної, спирається на мисленнєву активність: розмірковування, співвіднесення наявної ситуації з минулим, прогнозування її майбутніх наслідків.

Висновки. Про психологічну реальність існування феномену емоційного інтелекту свідчить наявність у людини властивості відображення зовнішньої ситуації у різних формах. У процесі цього здійснюється селекція інформації. Емоційний інтелект передбачає спроможність людини співпрацювати з оточуючими, встановлювати з ними сприятливі стосунки та самоорганізовуватись на діяльність, досягаючи певної майстерності, гнучкості та вміння упорядковувати, перетворювати власне середовище на власну користь.

Література. 1. Носенко Е.Л., Коврига Н.В. Емоційний інтелект: концептуалізація феномену, основні функції: монографія. Київ, 2021. 159 с. 2. Фещенко Н. Особливості емоційної регуляції міжособистісних стосунків людей з обмеженими фізичними можливостями. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2839/1/.pdf>.

12. Психологічний аналіз як ключ до вирішення конфліктів

Вікторія Шиліна, Наталія Чугасва

*Білефельдський університет, Білефельд, Німеччина,
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

Вступ. Вирішення конфліктної ситуації з позиції третьої особи є надзвичайно складною задачею, оскільки саме на третю особу покладають відповідальність за прийняття рішення «винен-невинен», «правий-неправий», «переможець-переможений». Ефективне вирішення конфлікту вимагає знань психології, які допоможуть поглянути на ситуацію не тільки зі сторони загальноприйнятих правил, але й з точки зору кожного учасника, і знайти правильні слова до кожного з них.

Матеріали та методи. Під час дослідження використовувалися загальновживані та спеціалізовані методи, такі як аналіз та синтез, узагальнення та наукова абстракція. Інформаційну основу дослідження становлять публікації вітчизняних та іноземних вчених та практиків в області урегулювання конфліктів серед підлітків.

Результати та обговорення. Конфлікт – це ситуація між двома чи більше особами або групами, які мають різні уявлення та переконання стосовно певної теми та вступають у емоційну розмову, в процесі якої висловлюють свої думки та роблять акцент на правильності свого твердження і помилковості тверджень опонента. Через конфлікт підлітки утверджують свій соціальний статус: демонструють свою розумову або силову перевагу перед опонентом, у своєму соціальному середовищі – навчальному закладі, який для здобувачів середньої освіти є однією з головних та глобальних форм суспільства. Навчальний заклад формує в своїх стінах власний соціум з чіткими та зрозумілими кордонами, власною ієрархією, апаратом управління та суспільством. Саме тому підлітки надають великого значення навіть дрібним сутичкам один між одним. Певні конфліктні ситуації між підлітками вирішуються без втручання третіх сторін, інші вимагають активної участі спеціаліста – вчителя.

Психологічний аналіз конфліктів – це детальний розгляд певної конфліктної ситуації як об'єкту дослідження для встановлення причин її виникнення, визначення її актуальної структури, формування можливих цілей та рішень, а також прогнозування її можливих наслідків та подальшої поведінки між сторонами конфлікту. Головною метою такого аналізу є створення достатньої інформаційної бази для прийняття об'єктивного рішення: розгледіти позитивне у поведінці «атакуючої» сторони і негативне в поведінці «постраждалої».

Проведення психологічного аналізу відбувається у чотири фази:

- розпізнання причин виникнення конфлікту шляхом вислуховування обох задіяних сторін та ставлення прямих запитань на кшталт: «Чому ви це зробили/сказали?»;
- представлення точок зору всіх учасників конфлікту та спроби третьої сторони знайти спільну мову між учасниками;
- опрацювання конфлікту шляхом уточнення цілей та бажаного рішення ситуації для кожної сторони;
- спонукати учасників до пошуку спільного чесного для обох сторін рішення конфлікту.

Висновки. Проведення психологічного аналізу є ключовим елементом у вирішенні педагогічних ситуацій. Це дозволяє вчителю розкрити причини конфлікту, уникнути його переростання у тривалу фазу та керувати ним використовуючи пізнавальні та виховні методи.

13. Психодіагностичні методики дослідження

Вікторія Приходько, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі результати психологічної діагностики дуже затребувані, а тому сфера застосування психодіагностичного інструментарію надзвичайно широка.

Матеріали і методи. При проведенні досліджень було використано методи збору та аналізу наукової літератури, сучасних наукових статей, узагальнення власного досвіду вивчення дисципліни «Основи психодіагностики для HR» та навчальних дисциплін професійного спрямування.

Результати та обговорення. Психодіагностика – розділ психології, який розробляє методи виявлення індивідуальних особливостей і перспектив розвитку особистості. Одним з основних методів психодіагностики є тестування[1]. Існує декілька достатньо обґрунтованих класифікацій психодіагностичних методик. Однією з основ для класифікації методик є міра об'єктивності та суб'єктивності отриманих діагностичних даних. У цьому сенсі розрізняють об'єктивні і суб'єктивні методики. Об'єктивні тести — це методики, які передбачають правильну відповідь, тобто правильне виконання завдання[2]. Суб'єктивні тести — це методики, в яких результати значною мірою залежать від досвіду, кваліфікації, інтуїції діагноста. Основні форми тестів: індивідуальні та групові, усні та письмові, вербальні та невербальні. Індивідуальні тести - коли дослідник і досліджений взаємодіють сам на сам. Групові дають змогу одночасно провести тестування з великою кількістю людей. Усні та письмові розрізняють за формою відповіді. Усні найчастіше використовуються для індивідуальних опитувань, а письмові для групових. Усні тести мають широку варіативність відповідей, а в письмових є фіксована кількість відповідей. Вербальні та невербальні тести: вербальні найчастіше використовуються в тестах інтелекту, тестах досягнень, під час оцінювання спеціальних здібностей, водночас невербальні тести широко використовуються для оцінювання просторового і комбінаторного мислення [3].

Використання методів психодіагностики у сфері HR останнім часом стає дедалі популярнішим. Практичні методики традиційно застосовуються в кадровій діяльності з метою профорієнтації, профвідбору та розстановки кадрів, для контролю психічного розвитку особистості, прогнозування поведінки. Також такі методи використовуються для створення мотиваційних схем для персоналу. Психологічні методики дозволяють визначити ступінь згуртованості колективу, психологічний клімат всередині організації, конфліктність та способи її вирішення. Метод тестування застосовують при реалізації корпоративних програм розвитку (пошуку лідерів, талантів та ін.), для прогнозування потенційної успішності працівника[4].

Висновки. Для HR-менеджера психодіагностика є надважливою, так як з її допомогою ми здійснюємо оцінку здібностей персоналу, який відбираємо для роботи.

Література. 1. Галян І. М. Психодіагностика: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2009. 463, с. 2. Чала Ю.М., Шахрайчук А.М. Психодіагностика: навчальний посібник. Харків : НТУ «ХП», 2018. 246 с. 3. Стаття юристів ГО “Трудові ініціативи”: Інна Кудінська та Георгій Сандул щодо оптимізації трудових відносин: веб-сайт. URL: <https://gurt.org.ua/news/> 4. В.Л. Зливков, С.О. Лукомська, О.В. Федан Психодіагностика у кризових життєвих ситуаціях: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2016. 86 с.

14. Soft skills у роботі рекрутера

Анна Куниця, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для роботи рекрутером важливо мати деякі ключові навички, які полегшують виконання робочих обов'язків і сприяють успішній співпраці з потенційними кандидатами.

Матеріали і методи. У ході роботи були використані теоретичні методи дослідження, а також узагальнення власного досвіду вивчення дисципліни «Психологія софт скілз у менеджменті персоналу» та навчальних предметів професійного спрямування.

Результати та обговорення. Наведемо деякі з необхідних для рекрутера soft skills :

1. Комунікаційні навички: Здатність ефективно спілкуватися є важливою навичкою для рекрутера. Вміння чітко виражати свої думки, слухати, чути та розуміти інших, а також вміння вести переговори. Ці навички дуже важливі для успішного ведення співбесід і побудови відносин з кандидатами.

2. Емпатія: Рекрутерам важливо мати здатність співчувати та зрозуміти почуття кандидатів. Емпатія допомагає створити довіру в спілкуванні з кандидатами та підтримувати позитивний досвід співбесід.

3. Організаційні навички: Здатність ефективно організовувати свій час, керувати багатьма завданнями одночасно, планувати співбесіди та триматися робочого графіка допомагають рекрутерам вести ефективний процес найму.

4. Навички ведення співбесід: Рекрутерам необхідні навички ведення як структурованих, так і неформальних співбесід. Це включає уміння ставити питання, слухати відповіді кандидатів, аналізувати їх здатності та вміння, інтерпретувати невербальну поведінку.

5. Технічна грамотність: Рекрутерам потрібно бути фахівцями в користуванні різними програмами для керування контактами, системами управління відносинами з клієнтами (CRM), а також соціальними мережами та онлайн платформами для пошуку кандидатів.

6. Креативність та адаптивність: Зміна обставин та нестандартні ситуації можуть виникнути в процесі найму. Рекрутери повинні мати здатність швидко адаптуватися та знаходити творчі рішення для успішного вирішення проблем.

7. Енергійність та мотивація: Робота рекрутера може бути виснажливою, і важливо мати енергію та здатність мотивувати себе для досягнення поставлених цілей.

8. Здатність працювати в команді: Рекрутери часто взаємодіють з різними членами команди - від менеджерів з науково-технічного напрямку до відділу кадрів. Здатність працювати в команді та співпрацювати з різними людьми є важливою для успішної роботи.

Висновки. Наведені в роботі навички є ключовими для успішної кар'єри рекрутера, вони відіграють важливу роль, допомагаючи рекрутерам ефективно взаємодіяти з кандидатами та роботодавцями, вирішувати конфлікти та адаптуватися до змін у сфері рекрутингу. І оскільки сучасне робоче оточення постійно змінюється, вдосконалення цих навичок є невід'ємною частиною успішної кар'єри рекрутера. Тому важливо, щоб рекрутери працювали над своїм розвитком у цій сфері.

15. Психологія успішності для мрії майбутньої професії

Мargarita Ворожбит, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Біотехнолог – професія сучасності та майбутнього. Це аргументовано тим, що фундаментальні дослідження життєвих процесів на клітинному й молекулярному рівнях зумовлюють появу принципово нових технологій і нових продуктів, які знаходять своє широке використання у наш час.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані загальнонаукові методи: аналіз наукової літератури, сучасних наукових статей, узагальнення власного досвіду вивчення дисципліни «Психологія успішності» та навчальних предметів професійного спрямування біотехнолога.

Результати та обговорення. Отже, що ж потрібно молодому науковцеві, щоб стати професіоналом своєї справи? В першу чергу, для успішного майбутнього необхідно мати міцний освітній фундамент і ефективний старт. Чим вище ти прагнеш піднятися, тим важливіше мати сильних наставників і керівників. Крім встановлених стандартів у галузі, ключовим є також вміння вільно володіти англійською мовою — мовою міжнародного спілкування в науковому середовищі.

Але, все ж, цього може виявитися недостатньо. Важливими факторами є морально-психологічний стан та бажання реалізації у цій сфері. Також невід'ємною частиною досягнення бажаних цілей є віра в себе та впевненість у собі.

Потрібно пам'ятати, що шлях до успіху є тернистим, і ні в кого він не починається одразу ж із перемог і великих здобутків. Він починається з маленьких, можливо невпевнених, кроків, і чим вище ти підіймаєшся – тим впевненіше вони стають.

Ще ключовими моментами, для досягнення успіху, є цілеспрямованість, дисципліна та прагнення до здобуття нових знань та вмінь, постійний саморозвиток.

Зазначена вище панорама вимог щодо успішної кар'єри в біотехнології є лише загальним оглядом. Реальність виявляється набагато більш складною і різноманітною. Розглянемо деякі інші важливі фактори, які можуть впливати на кар'єру в цій галузі.

1. Етика та відповідальність. Робота в біотехнології пов'язана з великою відповідальністю перед суспільством і навколишнім середовищем. Успішний біотехнолог повинен дотримуватися високих стандартів етики та бути готовим приймати відповідальні рішення.

2. Лідерські якості. У світі досліджень і розробок біотехнологій важливо мати лідерські якості, щоб керувати проектами, координувати роботу команди та приймати стратегічні рішення.

3. Навички ділової комунікації. Успішний біотехнолог повинен бути здатний ефективно спілкуватися з колегами, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами. Це охоплює як письмову, так і усну комунікацію, здатність чітко висловлювати свої думки та ідеї.

4. Креативність і інноваційність. У світі біотехнології інновації відіграють важливу роль. Успішний фахівець повинен мати здатність думати творчо і знаходити нові шляхи досягнення поставлених цілей.

Висновки. Для досягнення успіху в будь-якій сфері діяльності, зокрема в біотехнологіях, потрібна старанна робота, постійне навчання та підтримка набутих знань, бажання росту та реалізації, дисципліна та віра в свої сили і можливості.

16. Психологічні аспекти досягнення успіху в кар'єрі біотехнолога

Маргарита Ворожбит, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Біотехнологія – професія, що розвивається з кожним днем, саме тому, щоб стати успішним спеціалістом в цій галузі, здобувачу вищої освіти, а згодом і молодому фахівцю, потрібно постійно розвиватися разом з нею.

Матеріали і методи. При проведенні досліджень було використано методи збору та аналізу наукової літератури, сучасних наукових статей, узагальнення власного досвіду вивчення предмету «Психологія успішності» та навчальних дисциплін професійного спрямування біотехнолога

Результати та обговорення. Зважаючи на непересічну важливість професійного розвитку майбутнього біотехнолога, можна виокремити такі психологічні аспекти досягнення успіху в його кар'єрі:

1. Стресостійкість.

Робота в біотехнологічній галузі може бути дуже напруженою та вимагати швидкого реагування на несподівані ситуації. Стресостійкість допоможе зберегти спокій та продуктивність в умовах навантаження та несприятливих обставин.

2. Гнучкість та адаптивність.

Сфера біотехнології швидко розвивається, і успішний фахівець повинен бути гнучким і готовим адаптуватися до змін, щоб успішно впроваджувати нові технології та ідеї.

3. Навички управління проектами.

Багато робіт у біотехнології вимагають керування проектами. Набуття навичок управління проектами, включаючи планування, організацію та контроль, може бути корисним для успішної кар'єри.

4. Толерантність до невизначеності.

В біотехнології дослідницькі проекти часто мають невизначений результат або можуть зіткнутися з несподіваними викликами. Така ситуація вимагає від фахівця готовності до невизначеності та здатності швидко адаптуватися до нових умов.

5. Емпатія та співпраця.

Взаємодія з колегами, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами часто вимагає розуміння та співчуття. Емпатія допоможе побудувати сильні відносини та сприятиме успішній співпраці в команді.

6. Саморегуляція і влада над емоціями.

Робота в науковій галузі може бути пов'язана з великою кількістю стресових ситуацій та несподіваних труднощів. Здатність контролювати свої емоції та зберігати позитивний настрій важлива для підтримання продуктивності та успіху.

7. Цілеспрямованість та самомотивація.

Робота в біотехнології вимагає великої самостійності та відданості проектам. Здатність ставити цілі, працювати над ними та залишатися мотивованим у важкі часи є важливою складовою успішної кар'єри. Психологічна стійкість та розвиненість емоційного інтелекту є не менш важливими для успіху в біотехнологічній галузі, ніж технічні знання та навички.

Висновки. Узагальнюючи, ефективна кар'єра в біотехнології вимагає від фахівця широкого спектру навичок та якостей. Крім технічних знань і вмінь, успішний біотехнолог повинен мати розвинені особистісно-професійні якості, а також бути готовим до постійного навчання та адаптації до змін.

17. The role of conferences of young scientists for the development of effectiveness in education

Usenko S.¹, Shapovalov Ye.^{1,2}, Ovcharenko K.¹, Salyuk A.¹

1 – National University of Food Technologies, Ukraine

2 – The State Scientific and Technical Library of Ukraine

Introduction. Scientific conferences are traditionally considered a platform for researchers and academics to share their findings, foster collaboration, and advance scientific knowledge. However, recent years have witnessed a growing trend of extending these conferences beyond academia, reaching out to schools and engaging students. This thesis aims to assess this phenomenon, investigating the potential benefits and drawbacks of spreading scientific conferences in schools.

Materials and methods. This research will employ a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative data collection methods.

Quantitative data: A survey was conducted among 32 students. The survey will gather data on their perceptions of the conferences' impact on various aspects, such as student engagement, scientific understanding,

Qualitative data: Semi-structured interviews were conducted with a smaller group of participants to gain a deeper understanding of their experiences and perspectives.

Results. Students who actively participated in scientific conferences (n = 5) demonstrated a 9% higher average score in science standardized tests (educational program «Intelekt Ukrainy») compared to non-participants (n = 27). Participants in scientific conferences had an average science grade of 85%, while non-participants had an average of 65%. Focus group discussions revealed that students who participated in scientific conferences experienced increased confidence, improved public speaking skills, and a deeper appreciation for scientific research. Observational studies indicated high levels of student engagement and interactive learning during conference presentations and discussions.

Conclusions. The study's findings suggest a positive association between participation in scientific conferences organized within a single school and improved student performance in science subjects. The quantitative results demonstrate a significant difference in science standardized test scores and overall science grades between students who participated in conferences and those who did not. This thesis will provide valuable insights into the growing trend of spreading scientific conferences in schools. By assessing the potential benefits and drawbacks, the research will contribute to informing educational practices and maximizing the positive impact of these conferences on students' scientific literacy and future career choices.

References

1. Shapovalov, Y. B., Kovbasko, O., Rudakova, T., & Kyznetsova, T. (2023). Developing an academic events platform for improved quality of research papers representation in Ukraine. *Сучасна Наука Та Освіта: Стан, Проблеми, Перспективи: Матеріали III Міжнародної Науково-Практичної Конференції (20 - 21 Березня 2023 Року м. Полтава)*, 216–217.

2. Shapovalov, Y. B., Shapovalov, V. B., Zharinova, A. G., Zharinov, S. S., Tsybenko, I. O., & Krasovskiy, O. S. (2023). An academic events sub-system of the URIS and its ontology representation to improve scientific usability and motivation of scientists in terms of European integration. *3rd Edge Computing Workshop 2023*, 130–140.

18. Elevating Conference Quality Standards: A Platform for Academic Events Prospect

Shapovalov Ye.^{1,2}, Zhadan S.², Rudakova T.², Shapovalov V.^{1,2}, Salyuk A.¹,
Usenko S.¹

1 – National University of Food Technologies, Ukraine

2 – The State Scientific and Technical Library of Ukraine

Introduction. Scientific conferences play an important role in the dissemination of research findings and collaboration among scientists. However, the varying quality and accessibility of conference proceedings pose significant challenges. Predatory conferences (Ковбаско et al., 2023) and the lack of standardized quality measures further exacerbate these issues.

Materials and methods. This study investigates the general problems affecting the quality of scientific conferences and proposes a unified platform solution aimed at enhancing the quality and accessibility of conference proceedings. We conducted a comprehensive review of existing literature on scientific conference quality and analyzed data from various conferences to assess their accessibility, quality of proceedings, and communication practices. The study also explores the feasibility and design of a unified platform for scientific conferences, incorporating features like peer review, multi-language support, and researcher networking capabilities.

Results. Our analysis reveals significant gaps in the accessibility and quality of conference proceedings. To solve this problem, unified platform development has the potential to address these challenges by standardizing quality measures, improving accessibility, and facilitating global collaboration among researchers.

Conclusions. The introduction of a unified platform for scientific conferences (Shapovalov, Kovbasko, et al., 2023; Shapovalov, Shapovalov, et al., 2023; Shapovalov & Zhadan, 2023) could significantly enhance the dissemination and quality of research findings. By addressing key issues such as accessibility, peer review, and global collaboration, the platform has the potential to elevate the academic and practical value of scientific conferences nationwide and integrating with the world's systems.

References

1. Shapovalov, Y. B., Kovbasko, O., Rudakova, T., & Kyznetsova, T. (2023). Developing an academic events platform for improved quality of research papers representation in Ukraine. *Сучасна Наука Та Освіта: Стан, Проблеми, Перспективи: Матеріали III Міжнародної Науково-Практичної Конференції (20 - 21 Березня 2023 Року м. Полтава)*, 216–217.
2. Shapovalov, Y. B., Shapovalov, V. B., Zharinova, A. G., Zharinov, S. S., Tsybenko, I. O., & Krasovskiy, O. S. (2023). An academic events sub-system of the URIS and its ontology representation to improve scientific usability and motivation of scientists in terms of European integration. *3rd Edge Computing Workshop 2023*, 130–140.
3. Shapovalov, Y. B., & Zhadan, S. O. (2023). A Platform of Academic Events as Tool for Management in the Field of Science. *Збірник Матеріалів I Міжнародної Науково-Практичної Конференції «Інтеграція Науки Та Практики Управління в Умовах Соціокультурних Трансформацій»*, 117–119.
4. Ковбаско, О. М., Кузнецова, Т. К., Струнгар, А. В., & Шаповалов, Є. Б. (2023). Хижацькі конференції: проблема, негативні наслідки, оцінка хижацької поведінки. *Матеріали Міжнародної Міждисциплінарної Науково-Практичної Конференції «Відкрита Наука України: Візійний Дискурс в Умовах Воєнного Стану»*, 26-28 Квітня 2023 Року, 510–514.

Section 24

Foreign languages

Секція 24

Іноземні мови

24.1.

English language of professional orientation

Chairperson – assoc. prof. Halyna Lukianets

Secretary – assoc. prof. Nataliia Naumenko

24.1.

Англійська мова професійного спрямування

Голова – доцент Галина Лук'янець

Секретар – доцент Наталія Науменко

1. Robotization of the food industry

Oleksii Shumylo, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The automation of the food industry is an important topic in the modern world as it impacts the efficiency, safety, and quality of products, as well as employment and economic development.

Materials and methods. Analytical review of informational resources.

Results. Well-known companies in the food industry, including: Nestlé, PepsiCo, Mondelez International, Danone, Kraft Heinz and others, use automated lines and systems for the production of a wide range of products, robotic packaging lines and machines for the production and bottling of beverages.

The following types of robots in the modern industrial environment perform a variety of tasks for sorting and placement:

✓ Palletizers are used for automated assembly of products on pallets, transportation and storage.

✓ Delta robots are used to sort and place products such as cookies, candies, snacks, etc.

✓ Pick and Place robots can be used to remove products from the production line and place them in packaging containers or on vehicles.

✓ SCARA robots are often used to place products on a packaging line or to sort products according to their size and shape.

✓ In the production of food products such as pizza or sushi, robots are used to automatically apply sauces and toppings to the main ingredients.

The dairy industry uses ABB Robotics, FANUC, KUKA Robotics, Yaskawa Motoman robots for packaging, lifting, sorting, moving products, labeling, palletizing, shelving and many other tasks.

Unfortunately, to date, the use of 3D printing in the food industry by Ukrainian companies is not yet widespread. However, some Ukrainian companies are beginning to study the possibilities of this technology and introduce it into their production processes. Food 3D printers are mostly suitable for creating complex shapes and designs, not for preparing complete meals. Usually, after creating a food "model" on a 3D printer, it is baked in an oven or on a grill.

Robots are used to perform tasks that require a high level of hygiene and safety, such as packaging, washing and handling products, which helps prevent contamination and contamination. In dairies, automatic systems are used to wash and clean equipment such as milk lines, milk storage tanks, milk tanks, pipelines, pumps and other equipment.

Conclusions. Robotization of production processes can increase productivity, quality and safety in the food industry, as well as reduce labor costs and increase the competitiveness of enterprises, but requires a balanced approach and consideration of various social, economic and ethical aspects.

References:

1. Brown, K. (2020). Automation and Robotics in the Food Industry: A Review of Current Trends. *Journal of Food Engineering*, 182, 109-118.
2. Smith, J. (2019). Robotics in Food Production: Opportunities and Challenges. *Food Technology Magazine*, 73(6), 45-48.

2. The relevance of the production of semi-finished products

Viktor Grek, Galyna Lukianets

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. The main problem facing producers of semi-finished products is raw materials. Every month the quantity of raw materials decreases, and their prices rise. Prices for basic raw materials of both plant and animal origin and ingredients for the production of semi-finished products increased by almost 30% compared to last year. Of particular relevance is the need to preserve milk-protein raw materials, which are used in the above-mentioned products. Monitoring the market for the consumption of semi-finished products and information on modern methods of preserving raw materials is necessary.

Materials and methods. The material was prepared using data from the State Statistics Service of Ukraine, scientific and practical journals of Ukraine - Ukrainian Journal of Food Science, Eastern-European journal of enterprise technologies, Modern engineering and innovative technologies. The purpose of the study is to analyze the product line for the production of frozen semi-finished products in order to determine the feasibility of using defrosted raw materials of plant and animal origin.

Results. The global frozen food market is estimated at an average of \$40 billion per year and is growing steadily. The structure of the frozen food market in Ukraine differs from the Western one. In European countries, the segments of fruits, vegetables, berries and dessert products predominate, while in our country - products characteristic of the national culinary tradition, in particular benderyky, cheesecakes, pancakes, dumplings (including with milk-protein filling) and dumplings. According to marketing research, the main reasons for consuming semi-finished products are the convenience of their preparation (47%) and taste (28%). Considering the current level of technology development in industrial food production, it can be argued that the consumer cannot always prepare a similar product at home. Among the other most common reasons for consuming semi-finished products, respondents noted a wide range of products (13%), the possibility of purchasing both in specialized stores and large retail chains, and only 11% - low price, which is associated with modification of the raw material composition.

We can note the following trends in the development of the segment of frozen semi-finished products in recent years:

- A clearly expressed increase in the share of products by large manufacturers, which will continue in the future;
- Gradual decrease in the share of weight products;
- The beginning of the process of gradual redistribution of the consumption structure - reducing the share of traditional semi-finished products and gradually increasing the share of some non-traditional ones (frozen dough, semi-finished potato products, etc.);
- Reduction of losses of raw materials of animal origin during defrosting due to technological methods.

Conclusions. The semi-finished products industry is attractive due to its steady growth in demand, fast turnover and high profitability. Thanks to positive trends in market development and the professional work of technologists, the range of instant food products is actively growing. Analysts note a trend towards increasing demand for international cuisine, but the main trend will be the rapid spread of ready-to-eat products. Abroad, ready-made products, which simply need to be subjected to short heat treatment, have long been included in the daily diet. In the Ukrainian market of semi-finished products, this segment can be expanded.

3. Terminology formation in the field of the healthy foods

Bohdan Sozonyuk, Nataliia Naumenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Nowadays, the healthy nutrition in all of its modifications and variants appears to be the global trend, and this tendency is likely to deepen and expand. The healthy foods sector on the global market grows by 40-50 percents annually [1] and becomes the most essential constituent of contemporary food technologies. The constantly growing demand for the healthy foods as the main factor of improving the state of health and its retention on the proper level would be an evidence for the fact discussed.

Results. The healthy foods branch is probably the youngest among all the food technologies. Therefore, introduction of the updated terms and terminological collocations, which are specific for the healthy foods branch, has just been initiated, and now the new terms are being formed and confirmed scientifically, owing to the fact that this sphere is of quite a big interest in both technologists and linguists specializing in professional language. Along with that, working within the framework of production and consumption of the healthy foods, in addition to high-qualified staff training and obtaining the legitimacy of actions, would be successful due to the correct comprehension and usage of specific terms. Decidedly, any deliberate interpretation of terms is not permissible [2].

The terminology used in either oral presentations or written papers would confirm both the importance of the discussed branch for Ukrainian economy as well as every single consumer and its current achievements, together with the development perspectives. Thenceforth, upon preparing their bachelor papers, the students majoring in “Food technologies and engineering” should hold in proper regard the specific terms that are nowadays typical for the healthy foods branch and are used in up-to-date educational and scientific literature, in industrial activity, in composing the normative documentation and formulating the recommendations of the healthy food technology department.

Conclusions. Overall, the relevance of the further formulation and studies of the healthy foods terminology is motivated, on the one hand, by the active proliferation of this trend on the global market and provision of the optimal conditions for the communication with foreign partners; on the other hand, it is necessary to create the firm substantiation of developing the multi-faceted activity in elaboration, production and consumption of the new-generation foodstuffs to meet the cardinal principles of the 21st century nutrition, ‘quality, safety, and effectiveness.’ Furthermore, such researches would help to maintain the system connections in the discussed terminological field and hence to improve it. This would become another evidence of the uniqueness of the healthy foods technological trend.

References:

1. Сімахіна Г.О., Науменко Н.В. Індустрія оздоровчих продуктів в Україні: стан та перспективи. *Science and innovation of modern world. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference*. Cognum Publishing House. London, United Kingdom. 2023. С. 217-225.
2. Сімахіна Г.О., Науменко Н.В. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр» спеціальності 181 «Харчові технології» освітньо-професійної програми «Технології харчових продуктів оздоровчого та профілактичного призначення» ден. та заоч. форм навчання. Київ: НУХТ, 2022. 125 с.

4. Scientific idea as the base for contemporary business

Anton Odynets, Nataliia Naumenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Science plays the essential and necessary part in modern business, upon being its base and a motivator for innovative development. The comprehension and further usage of scientific principles in business would help a company become competitive, effectively solve problems and implement the innovative approaches.

Results. Scientific researches, doubtlessly, are a firm base for elaboration of the new technologies, goods and services. Business may use the results of academic studies to elaborate the novelty foodstuffs, which fact would make it more attractive for consumers and competitive on the market. The high-tech decisions based on the scientific discoveries can significantly increase the productivity of a company, optimize the business processes and expand the fields for innovations.

The enterprises that actively use the scientific research results are likely to obtain the evident prevalence in competitions. The exploration of new technologies and the improvement of the existing ones, grounded on sciences, can allow the companies to satisfy the market needs far more effectively. One of the most important part of science, as well as of business, is creativity that would stimulate innovations. Whichever business cherishes the necessity of the scientific approach to its activity in the real time, it would benefit the development of the novelty ideas, techniques and technologies.

Along with that, science plays the key part in ecological and sustainability problem solution. The studies in the field of ecology would provide the enterprises with the proper toolkits to create more 'green' and sustainable business models.

Now it is expedient to present the possible way of implementation of a scientific idea into modern Ukrainian food industry, illustrated by a conception of the master's paper on the topic: "Scientific substantiation and creation of a dry mixture based on skimmed milk whey for the diets of football players." Modern conditions of athletes are characterized by exceptionally high training and competitive loads. On the one hand, it is quite natural that such high loads are an extremely powerful factor in mobilizing the functional reserves of athletes' bodies, stimulating intensive adaptation processes, increasing endurance, speed, and increasing sports results. On the other hand, the intensive consumption of energy resources of minerals and vitamins in the body would lead not only to a decrease in the efficiency of the slowing down of recovery and adaptation reactions, but also to serious violations of the functioning of many organs and body systems of athletes. Dry milk mixtures, primarily obtained from serum containing the tripeptide glutathione, are recognized today as one of the most effective antioxidants, because of great importance in the diets of this special contingent group. Therefore, the production of dry milk mixtures enriched with biocomponents, the effectiveness of which has been scientifically proven in the diet of athletes, is an extremely urgent problem.

Conclusions. Taking into account all of the above, it can be said for sure that science is not only a base for modern business, but also the key factor for businesses to expand their possibilities, to broaden the production range, and to maintain the sustainable development within the constant changes. Hence the expediency of producing a novelty dietary supplement (a dry milk mixture) is determined by market demand and the conformity of the product to the needs of the target audience. If the manufacturer can provide a high-quality product, given the above advantages, and favorable market conditions, production may be feasible and promising for providing athletes with effective supplemental nutrients.

5. Deepfakes: Threats and Countermeasures

Sofia Yanenko, Nataliia Naumenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Deepfakes, or synthetic media, have become a serious concern in the modern world. This text will examine the nature of deepfakes, their potential consequences, and methods of combating this problem.

Materials and Methods. The investigation involved a thorough examination of various scientific publications, periodical materials, and online resources addressing the pertinent issues.

Results. Deepfakes are videos, audio, or other media files manipulated using artificial intelligence to make them appear or sound real. At first glance, it may seem like a harmless entertainment technology, but the consequences of such manipulations can be serious. These files can be used to create fake news, manipulate public opinion, blackmail, and commit other crimes. The impact of this technology is vast and complex. It can destroy lives and destabilize societies.

Examples of negative consequences of deepfakes:

- Deepfakes can sow doubt in the legitimacy of any information, potentially leading to the widespread circulation of misinformation.
- Malicious actors can leverage deep fakes to discredit political candidates or spread propaganda, wavering public opinion.
- Deepfakes can be used to manipulate financial markets through impersonation or the creation of fake news affecting economic decisions.
- Deepfakes can be employed to create compromising materials or impersonate individuals for black mail and personal data theft.
- Deepfake technology is constantly evolving, so the fight against them must be an ongoing process. To protect society from the negative consequences of deepfakes, comprehensive measures are needed. Some of them include:
- Raising media literacy. Educational programs should include teaching people how to identify and respond to deepfakes.
- Legislative measures. It is necessary to develop legislation that regulates the use and distribution of deepfakes, as well as provides for liability for their creation and distribution.
- Public engagement. The public plays an important role in combating deepfakes. Public initiatives, such as fact-checking and active participation in media discussions, can help identify and expose deepfakes.
- International cooperation. Deepfakes are a global problem, and their fight requires international cooperation. Countries should jointly develop standards and strategies to combat deepfakes, exchange information and best practices.
- Research support. Funding scientific research in the field of deepfake detection and countermeasures will help develop more effective protection methods. Such systems use various methods and technologies, including facial and motion analysis, deep learning, artifact detection systems, audio analysis, etc.

Conclusions. Deepfakes are a complex problem, but concerted action by different actors in society can help effectively counter this threat. The path to successful combating deepfakes lies in cooperation between government, the private sector, the public, and the active application of modern technologies and methods.

6. Chemistry and Food

Zlata Harnytska, Inna Forostiuk

Nationality University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Chemistry and food are closely related and influence each other in profound ways that are often overlooked. This relationship between chemistry and food is not only fascinating, but also critical to ensuring food safety, quality and sustainability.

Materials and methods. Scientific literature analysis related to the problems of food and chemistry interaction and function was held, as well as the description of food chemistry.

Results. The study of food chemistry provides fascinating insights into every aspect of our culinary experience. Understanding the chemical composition of food improves our understanding of its taste, texture and nutritional value, while revealing the complex processes that occur during cooking and digestion. An important area of research is chemistry of taste, which studies the compounds involved in the flavors and aromas we perceive. Scientists have discovered thousands of volatile compounds that give foods such as fruits, vegetables and cooked meats their complex flavors. Understanding these compounds can help food scientists create new flavors and improve existing ones.

Another important aspect of food chemistry is the study of food additives and preservatives. Additives such as emulsifiers, stabilizers and antioxidants play a vital role in maintaining food quality and safety. For example, antioxidants prevent fats and oils from going rancid, while emulsifiers help stabilize mixtures of oil and water, such as those in salad dressings.

Food chemistry also involves the Maillard reaction, a complex chemical process that occurs when food is cooked at high temperatures. This reaction results in browning of food and the development of rich flavors in products such as bread, coffee and grilled meats.

Additionally, food chemistry studies the nutritional aspects of food, including the bioavailability of nutrients and the effect of cooking methods on nutrient content. For example, cooking can increase the availability of certain nutrients, such as lycopene in tomatoes, while decreasing the availability of others, such as vitamin C in vegetables.

Research in this area has also led to innovations in food technology, such as the development of new food packaging materials and technologies to improve food safety and extend shelf life. Additionally, studying food chemistry can help address global challenges such as food security and sustainability by finding ways to optimize food production and minimize food waste.

In summary, the study of food chemistry is a rich, multidisciplinary field with profound implications for our understanding and enjoyment of food. It not only enriches our dining experience but also plays a vital role in ensuring food safety, quality and sustainability.

Conclusions. Food chemistry research reveals the complex and fascinating science behind food flavor, texture and nutrition, contributes to food safety, quality and sustainability, and drives innovative food technologies to address global challenges.

7. Wind energy: solving the problem of noise pollution of the environment

Pavlo Onofriienko, Inna Forostiuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. All traditional energy sources are limited and create pollution problems today. This has led countries to focus on sustainable and cleaner energy sources. Wind energy is rapidly emerging as one of the most cost-effective forms of renewable energy with very significant increases in annual installed capacity around the world.

Materials and methods. In the paper approaches for gathering, scrutinizing, and condensing the information conveyed in books and articles were utilized.

Result. Wind energy has indeed reduced CO₂ emissions into the atmosphere, but we should also not forget about the threat of noise pollution to the biosphere. Noise pollution influences the acoustic environment even far from anthropogenic centers, in remote areas that include critical habitats for endangered species. Noise pollution disrupts crucial survival mechanisms in wildlife. In particular, noise can: 1) cause physiological damage such as chronic, high levels of stress hormones, or actual hearing loss; 2) be directly perceived by animals as a threat, causing them to increase costly anti-predatory behaviors at the expense of foraging, or flee the affected area altogether, leading to functional habitat 3) hinder animal communication by reducing the distance at which a signal can be detected, limiting the ability of the signal to reach its intended recipient, and decreasing the amount of information that can be extracted from a signal, such as the sound of an approaching predator or potential prey. These mechanisms are not mutually exclusive, and the role that each plays in determining the impact of noise pollution varies by species. Species respond differently to noise due to variations in sensitivity, context, and life-history. Overall, noise pollution alters animals' communities, reduces their overall survival and fitness, and contributes to the decline of global biodiversity.

Wind turbines consist of various components that produce different types of noise, including Mechanical Noise, Aerodynamic Noise, Turbulent Boundary Layer Trailing Edge Noise (TBL-TE), etc. Several approaches can be employed to mitigate sound levels. One effective method involves incorporating acoustic considerations into the design of the wind turbine. Researchers are actively working on minimizing noise without compromising the power generated by the turbine. Techniques for diminishing mechanical and aerodynamic noise are under scrutiny. Let's look at the example of mechanical sound pollution. Mechanical noise stemming from vibrations caused by rotating components represents a significant source. To address this, vibration control is employed to mitigate or eliminate undesirable vibrations. Depending on the specific scenario, various control laws can be selected to minimize such vibrations. The controller can also implement damping or enhance the effective mass as needed. Essentially, the absorber functions as an active system. This entails incorporating sound-isolating materials, insulation, and sealing openings in the nacelles to reduce the transmission of sound to the surrounding air.

Conclusion. In conclusion, analyzing CO₂ emissions highlights the environmental advantages of renewable sources like wind energy over fossil fuels. While wind energy helps reduce emissions, addressing issues like noise pollution is crucial. Ongoing research explores strategies, including acoustic design and vibration control, to mitigate these challenges and achieve a balance between clean energy and environmental conservation.

8. Environmental problems in the hotel and restaurant business

Daria Lukashuk, Inna Forostiuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Environmental problems engage an important place amid the problems that hotel companies have to deal with. Become greater customer awareness of environmental protection has let the hotel business to make better to interested more customers.

Materials and methods. Literature analysis related to the problems of improper disposal of waste and garbage, excessive energy consumption, water and air pollution.

Results and discussion. Greening of hotels is a truly modern trend that involves the creation of environmentally safe services and the introduction of resource-saving technologies, thanks to which hotel enterprises can not only improve their image in the market of hotel services, but also save the resources they use in the process of providing services [1].

It is thought, in order to reduce the amount of waste, hotel enterprises can use ecological disposable tableware, reusable containers made of ecological materials, cellulose toothbrushes, combs, decor elements, etc. Another method of disposal is composting of waste. Scientists claim that composting will reduce the amount of garbage that ends up in landfills by 40% within five years [1].

Water consumption is a major issue in the hospitality industry, especially in resorts and hotels where long stays and large swimming pools generate a lot of wastewaters. Dishwashers in restaurants also experience problems using too much water. One way to avoid it - to use low-flow washers and low-flow showers would help reduce water consumption during daily activities.

Another important issue faced by all organizations in the hospitality industry is energy consumption. It is considered, that to reduce the overall energy consumption of a hotel, it is best to conduct all energy-intensive activities during daylight hours to reduce energy costs. Also, installing LED bulbs and ventilation systems can significantly reduce electricity costs.

One of the main problems among all of them is air pollution. The reason for this is the release of gases and polluted air by hotels from various communications, such as kitchen gas and wood stoves, smoke from cooking products. Hotels have a responsibility to ensure the hotel air quality environment is safe, especially when hotel guests usually spend at least one-third of their travel time in their rooms eating, working, sleeping, or exercising [2]. In order to solve this problem, implementation the ventilation and air filtration systems in the modern hotels is the possible way out.

Conclusions. It should be noted that environmental problems in the hotel and restaurant business require attention through the introduction of environmentally oriented technologies. The effective ways to solve them are the means of waste disposal and resource conservation, reducing the overall energy consumption and air pollution by installing innovative equipment and the scheduling the energy-intensive activities.

References:

1. Утилізація відходів як напрям екологізації діяльності готельних підприємств. Туристична бібліотека : веб-сайт. URL: https://tourlib.net/stati_ukr/schogoleva2.htm (дата звернення: 27.02.2024)

9. How the War in Ukraine Affects Food Security

Andriy Ivanytskyi, Inna Forostiuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Since the beginning of the hot stage of the war in February 2022, Ukraine has found itself in a difficult situation in the field of food security: a drop in food exports from Ukraine and other factors that can further reduce food supplies around the world. It is an important problem so in the report we consider the points how the war in Ukraine affects food security.

Materials and methods. Analysis of the literature related to the problems of food security caused by the war in Ukraine, and to guarantee thematic relevance. Studying the analysis of the war consequences in economic sphere.

Results. A war in a country always entails negative consequences, such as: the destruction of the economy and nationality. Agriculture suffers as well because of this situation: the population is forced to buy food products at higher prices due to the export of goods from abroad. This can become a serious problem for vulnerable sections of the population who cannot buy goods due to low incomes. Also, due to low wages and hostilities in the country, farmers are discouraged from continuing to work. In addition, the problems caused by the war destroy the production of agricultural crops. What leads to a shortage of food in Ukraine, it also seriously affects the country's economy and the lack of exports.

There is also the problem that various types of weapons used in combat zones leave behind harmful heavy metals or even nuclear waste [1]. In this way, we harm the environment, the fertility of the earth and the animal world. Due to damage to the animal world, people are exposed to serious diseases.

Based on these problems, the following solutions can be proposed. Raise wages for workers in the agricultural sector. On the global level, researches propose the levels of solving problems and sustainable development to the production of legumes in the agricultural sector; to accelerate the shift toward healthier diets in Europe decreasing consumption of animal products; to strengthFarm2Fork way of cooperation and therefore reducing the amount of food waste [1].

All these ways are possible only if the crucial problem – the war in Ukraine – is solved.

Conclusions. The results of the research indicate that the war in Ukraine is destroying food security and can have serious implications for the entire world, due to shortages in grain production and increased export prices. However, the scientists see the ways to optimize the situation, the further development of both the world and Ukrainian economy, take into account the impact of today's war.

References.

1. MDPI and ACS Style Leal Filho, W.; Fedoruk, M.; Paulino Pires Eustachio, J.H.; Barbir, J.; Lisovska, T.; Lingos, A.; Baars, C. How the War in Ukraine Affects Food Security. *Foods*– 2023, 12, 3996. <https://doi.org/10.3390/foods12213996>

10. Perspective ways to increase the preventive benefits of kombucha

Oleh Diatel, Oksana Grynevych

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Nowadays, a fermented drink called "kombucha" is quickly becoming popular in the commercial non-alcoholic drinks market of Ukraine, Europe, and the USA. This drink has positive preventive and health benefits for the human body because of its unique biochemical composition. Prepared kombucha aka 'tea mushroom' is rich in vitamins, minerals, various antioxidants, and beneficial acids.

Materials and methods. The object of research is the biochemical composition of the prepared fermented drink; the purpose of the research is to identify actual ways to improve the quality of the research object based on the literature review and analysis of the current situation in kombucha brewing.

Results and discussion. At the moment, the commercial market of kombucha drinks has a relatively small assortment of taste differences varying up to ten tastes. An actual way to increase the production of fermented drinks based on 'tea mushroom' is to create a database of high-quality kombucha recipes. This problem can be solved in two ways: the first is to increase the preventive and health value of the drink by adding medicinal plants and extracts during the second fermentation; and the second is to create a variation of kombucha tastes by adding spicy and aromatic additives during the second fermentation. In addition, the quality composition of the finished product is also determined by the use of different sugar and tearaw materials and water preparation.

Conclusions. Perspective ways to increase the preventive benefits of kombucha are presented, which can become the basis for further research.

References.

1. ISSN 1998-2666. COMMODITIES AND MARKETS, 2018, №3, THE FERMENTED BEVERAGES TECHNOLOGY BASED ON MEDUSOMYCES GISEVII V WITH SPICY AND AROMATIC HERBS, Oksana Vitriak, Lubov Tkachenko, Vitaliy Prybylskyi, pages: 90-99.
2. Food Resources 2020 Issue N 15 Article 09, KOMBUCHA WITH NON-TRADITIONAL PLANT RAW MATERIALS, Irina Grinenko, Roman Grushetskiy, Liubomir Khomichak, Lyudmila Zaychuk, pages: 84-90.
3. ISBN 978-1612124339, Hannah Crum, Alex La Gory, THE BIG BOOK OF KOMBUCHA: BREWING, FLAVORING, AND ENJOYING THE HEALTH OF FERMENTED TEA

11. Development of Soft Gripper Based on Bistable Dome Shell Effect

Oleh Chentsov, Oksana Grynevych

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. This study aimed to investigate the principle of implementation of the bistable shell dome effect in a traditional soft gripper based on FEA technology and estimate approximate parameters and geometry for greater performance.

Materials and Methods. Inventor Software package and Ansys engineering simulation were used to simulate kinematics and numerically investigate behavior for the suggested design and evaluate the success of imparting property of maintaining the form of activated state in case of increased grip strength due to domelike structures resilience.

Results and Discussion. Based on the results of a review and analysis of scientific works and existing patents a new principle was proposed to integrate into a classic FEA gripper. The new design of these dome-like structures is integrated into bellows-like structure soft walls. Mechanical instabilities of such structures are harnessed to attain new properties and functionalities are used to implement the next advantages: the ability to hold its shape in case of pressure loss, significantly faster response, holding force increasing due to domes resiliency. Physical tests show that the difference in pressure for the transferring between stable states for dome differs more than 10 times, 105kPa to evert it from the initial state, and 9kPa for returning to the original state. In general, simulation results correspond to physical tests.



Fig.1 a) Pressure test; b) numerical modeling

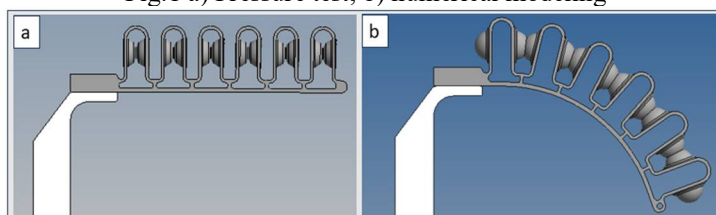


Fig.2 a) Initial state, domes are everted; b) activated state after inflation.

Conclusion. The results of the study revealed that the demonstrated principle can be implemented and has great potential, but this work requires further research and full-size prototyping.

References

1. Albertini F., Tarantino M. G., Daniel L. Mechanical behavior of embedded bistable dome shell with tunable energy barrier asymmetry. *International Journal of Mechanical Sciences*. 2023. P. 108762. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijmecsci.2023.108762>
2. Static bistability of spherical caps / M. Taffetani et al. *Proceedings of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*. 2018. Vol. 474, no. 2213. P. 20170910. URL: <https://doi.org/10.1098/rspa.2017.0910>

12. Revolutionizing Building Performance Simulation: A Retrospective Analysis of Dru Crawley's Four Decades of Influence

Maksym Kryvosheiev, Oksana Grynevych

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The 40-year milestone of Building Services Engineering Research & Technology (BSER&T) coincides with a revolutionary period in building performance simulation, catalyzed by advancements in microprocessor technology and the collaborative efforts of professionals bridging building services engineering and software development [1]. Dru Crawley's career not only bears witness to this evolution but also serves as a driving force in the development and maturation of the open-access simulation environment pivotal to numerous research projects published in BSER&T. As we celebrate this anniversary, Crawley reflects on his journey, encapsulating the essence of this transformative era.

Materials and methods. Crawley's journey into building performance simulation commenced during his undergraduate years in architecture, where he was introduced to NECAP (NASA's Energy Computer Analysis Program), a precursor to modern simulation tools (1). Delving into the arcane intricacies of mainframe computing and Fortran programming, Crawley navigated the complexities of early simulation methodologies, from punch cards to interactive interfaces. Subsequently, his career path led him through various research groups and consultancies, where he honed his expertise in energy efficiency and renewable energy through the application of building energy simulation tools like DOE-2.

Results. The evolution of simulation technology unfolded alongside Crawley's career, from the cumbersome mainframe-computing era to the advent of personal computers. His involvement in large-scale building projects provided invaluable insights into design's iterative nature and energy simulation's evolving complexities. As desktop computing power surged, Crawley's contributions extended to national laboratories and governmental agencies, where he played a pivotal role in advancing tools like EnergyPlus and supporting initiatives such as Energy Star Buildings. His journey culminated in the fusion of DOE-2 and BLAST, paving the way for EnergyPlus and ushering in a new era of simulation-driven design and policy development.

Conclusions. Crawley's reflections encapsulate the transformative impact of simulation technology on the built environment and the imperative for continued innovation and collaboration. As the field progresses, challenges persist, particularly in the integration of simulation with Building Information Modeling (BIM) and the realization of cloud-based computing. However, Crawley's vision for the future is optimistic, foreseeing a landscape where simulation tools empower designers to create low-impact, carbon-neutral buildings with unprecedented efficiency and precision. In essence, Crawley's journey serves as a beacon for the next generation of building performance simulation practitioners, inspiring them to push the boundaries of possibility and shape a sustainable future.

References

Crawley, D. (2019). Musings on more than 40 years in building performance simulation. *Building Services Engineering Research & Technology*, 40(5), 557–559. DOI: 10.1177/0143624419859702.

13. Impact of Lyophilization on the Chemical Composition and Metabolic Activity of Plant Extracts

Hanna Bondar, Oksana Grynevych

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. One of the effective methods for preserving the quality and shelf life of plant extracts is the lyophilization technology, where the solvent is removed at low temperatures under vacuum by sublimation [1].

Materials and Methods. A search and thorough analysis of foreign scientific works were conducted regarding the advantages and disadvantages of lyophilization technology, and its influence on the composition of secondary metabolites in plant extracts and raw materials.

Results. Lyophilization technology is widely used for concentrating plant extracts and raw materials, preserving their organoleptic properties, and extending their shelf life in pharmaceutical, food, and chemical industries. Among the disadvantages of this technology, high equipment costs, and energy and labor resources consumption can be mentioned. It has also been found that lyophilization may affect the composition of secondary metabolites, potentially reducing the amount of volatile compounds susceptible to sublimation or decreasing the metabolic activity of components, making the study of such effects particularly relevant in the pharmaceutical and food industries [1].

In a study of the efficiency of lyophilization of fresh root and wheat root extract, it was found that lyophilization changed the metabolic structure of fresh root samples. In general, 7% of all wheat metabolites identified in non-lyophilized samples were no longer observed in dried samples, and up to 43% of other metabolites exhibited modified metabolic activity. In water and alcohol extracts of wheat root, less than 5% of metabolites were completely lost as a result of lyophilization [2].

Comparison of different drying methods (lyophilization and drying in oven) and different extractants (water and 50% ethanol) for extracts of *Arthrocnemum macrostachyum* shoots showed that oven drying post-extraction led to a loss of up to 27% of metabolites in comparison to lyophilization of aqueous extracts. Conversely, only 3% of metabolites were lost in 50% ethanol extracts during oven drying. Drying extracts in the oven proved to be as efficient as lyophilization in conserving metabolites in extracts only when 50% ethanol was utilized as the extraction solvent [1].

Conclusion. Thus, research on the impact of lyophilization on the composition of metabolites and their biological activity remains relevant, as well as the selection of the extractant depending on the chemical nature of biologically active substances.

References:

1. ElNaker N. A., Daou M., Ochsenkühn M. A., Amin S. A., Yousef A. F., & Yousef L. F. (2021). A metabolomics approach to evaluate the effect of lyophilization versus oven drying on the chemical composition of plant extracts. *Scientific Reports*, 11(1), 22679. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-02158-6>
2. Maisl C., Doppler M., Seidl B., Bueschl C., & Schuhmacher R. (2023). Untargeted Plant Metabolomics: Evaluation of Lyophilization as a Sample Preparation Technique. *Metabolites*, 13, 686. <https://doi.org/10.3390/metabo13060686>

14. The tourism industry in Ukraine during the war

Liubov Sapon-Abliazova,

National University of Food Technologies

Introduction. Tourism is one of the industries that have suffered the most in recent years. First, 2 years of losses due to the Covid epidemic, then the large-scale war of Russia against Ukraine, which, it seemed, should have led to the complete decline of the Tourism and Hospitality industry in Ukraine. The actual situation in Tourism and Hospitality industry in 2024, and the prospects for its development are the subject of the research.

Materials and methods. The results of sociological research and interviews with leading experts in the field of tourism, who gave an assessment of the situation in Ukraine and their vision of trends in the development of tourism in, which were published on Internet websites (KYIV STAR BusinessHUB, Visit Ukraine etc.).

Results. According to studies, since the beginning of the war, foreign tourism has decreased from 14,000,000 foreigners per year to 2,000,000 in 2022. In 2023, the number of tourists has decreased by a third. If earlier these were residents of the EU and the Middle East, then in 2023, tourists who entered the country were from Moldova, Romania, Poland, Hungary, Slovakia, as well as the remote countries of New Zealand, Mexico, Madagascar, Bangladesh, etc. The main factors that influenced the reduction of foreign tourism are security, negative perception abroad, changes in the scenery of tourist facilities, a decrease in the quality of hotel services, and a change in the routes of tourist tours. Tourism in Ukraine gradually adapted to the conditions of the war and changed to other formats. Now, foreign diplomats, public activists, journalists of all world publications and various volunteers are accommodated in the hotels. Domestic tourism also decreased and underwent significant changes. The most popular regions were Chernivtsi, Lviv, Zakarpattia and Ivano-Frankivsk regions. Studies show that from 2022 to 2024, 54.7% of Ukrainians have never visited other regions of the country. 55.3% of Ukrainians visited other regions 1-5 times. The most popular forms of domestic tourism are: hiking - 54%, cultural tourism (excursions, museums), beach holidays - 23.1%, event tourism (events, festivals) - 22.8%, gastronomic tourism - 21.8%. Despite the war, domestic tourism is now at its peak. This is caused by the restriction for men to travel abroad and the economic situation of tourists. In the World Tourism Organization (WTO) of the United Nations, there was an initiative to create a special working group aimed at supporting the Tourism industry and the economy of Ukraine. One of the world's largest platforms for booking accommodation and finding experiences, Airbnb, supported Ukraine from the very beginning of the full-scale invasion.

Conclusions. Despite the fact that the Tourism and Hospitality industry suffered great losses due to the war, the industry continues to develop, changing forms of work and adapting to new conditions. Ukraine has excellent climatic and natural conditions, a rich cultural and historical heritage, which makes it attractive for foreign tourists and the creation of a powerful and diverse domestic tourism.

References

1. Туризм під час війни. Як галузь виживає і готується до відновлення. KYIVSTAR BusinessHUB. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення: 01.03.2024).
2. Як працює готельний та туристичний бізнес в Україні в умовах війни: про стійкість та інновації з Антоном Тараненко. Visit Ukraine. Today. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2824/stiikist-ta-innovacii-yak-pracuyuje-gotelnij-ta-turistichnij-biznes-v-ukraini-v-umovax-viini> (дата звернення: 01.03.2024).
3. Туризм під час війни. Інтерв'ю: Сергій Підмогильний про туризм під час війни... Suspilne. Novyny. URL: <https://suspilne.media/615749-vidpocivati-obovazkovo-potribno-ekspert-z-turizmu-sergij-pidmogilnij-pro-podorozi-pid-cas-vijni/> (дата звернення: 01.03.2024).
4. Шаріпов О. Тривожний відпочинок. Попит на внутрішній туризм зріс у декілька разів, у вииграші – Захід України, Одеса програє. Куди українці подорожують під час війни. *Журнал Forbes Ukraine*. URL: <https://forbes.ua/war-in-ukraine/trivozhnyi-vidpochinok-popit-na-turistichni-mistsya-vseredini-kraini-zris-u-devyat-raziv-viruchka-goteliv-na-zakhodi-ukraini-na-50-chomu-i-yak-ukraintsi-podorozhuyut-pid-chas-vijni-31082023-15301> (дата звернення: 01.03.2024).
5. Туризм під час війни: в ООН запропонували відродити туристичну галузь України. Visit Ukraine. Today. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2769/turizm-pid-cas-viini-v-on-zaproponovali-vidroditit-turistichnu-galuz-ukraini> (дата звернення: 01.03.2024).

15. Artificial meat

Borys Kushnir, Roman Slipko, Luidmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Artificial meat, produced from animal cells, is an innovative solution that has the potential to revolutionize agriculture and the food industry. Its mobility in the world of modern science and technology is the subject of serious research. This method of production has several advantages due to its uniqueness and innovative approach to addressing the problems of modern agriculture.

Materials and Methods. The work uses an analysis of the literature regarding the fact that artificial meat is produced using biotechnological methods, such as cell cultivation and tissue engineering.

Results. Cultivation of meat in vitro is a promising alternative to the traditional production of meat from livestock. This technology requires the generation of bioartificial muscles from satellite cells, which would take about 15 years. Cultured meat consists of edible biomass grown from animal stem cells in a factory or waste sorting plant. The study shows that less agricultural resources and land can be obtained for in vitro biomass cultivation than for livestock, but this can be offset by more intensive energy use.

The main challenge is to ensure that cultured meat is efficiently produced and mimics meat in all its physical senses, such as appearance, smell, texture and taste. To achieve this goal, it is necessary to maximize protein synthesis and ensure optimal cultivation conditions, including the source of the medium and its composition. Such studies examine the environmental consequences of a new technology and compare them with traditional methods of growing meat.

Cultured Meat Challenges: High Cost: Production is expensive due to new technology and R&D. Taste & Texture: May differ from traditional meat due to fiber composition and flavor compounds. Ethics & Regulations: Concerns exist about using animal cells and the safety of this new technology. Public Awareness: Many lack knowledge or have negative perceptions about cultured meat. Technology Improvement: Room for cost reduction, taste/texture enhancement, and increased ethical and environmental benefits. Long-Term Research: Needed to assess health and environmental impacts of cultured meat consumption. Future: Cultured meat has potential to revolutionize the industry, but addressing these challenges is crucial.

Conclusions. Artificial meat opens up new opportunities for the sustainable development of agriculture and the food industry. It can replace traditional meat in the food industry, ensuring a more efficient use of resources and reducing the impact of agriculture on the environment. Its use can contribute to reducing the impact of animal husbandry on the environment and increasing the overall efficiency of the food system.

References

1. Post, M. J. (2012). Cultured meat from stem cells: challenges and prospects. *Meat Science*, 92(3), 297-301.
2. Stephens, N., DiSilvio, L., Dunsford, I., Ellis, M., Glencross, A., & Sexton, A. (2018). Bringing cultured meat to market: Technical, socio-political, and regulatory challenges in cellular agriculture. *Trends in Food Science & Technology*, 78, 155-166.
3. Mattick, C. S., Landis, A. E., Allenby, B. R., & Genovese, N. J. (2015). Anticipatory life cycle analysis of in vitro biomass cultivation for cultured meat production in the United States. *Environmental Science & Technology*, 49(19), 11941-11949.

16. Ground Meat for Semi-Smoked Sausage Production

Dmytro Deriy, Luidmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Semi-smoked sausage is a popular food product made from ground meat that undergoes smoking and heat treatment. The quality of semi-smoked sausage largely depends on the characteristics of the ground meat.

Materials and methods. Scientific research on ground meat for semi-smoked sausage production focuses on the following aspects:

Composition: The impact of different meat types (pork, beef, chicken) and the meat-to-fat ratio on sausage quality.

Functional properties: The effect of viscosity, water holding capacity, and emulsifying capacity of the ground meat on the texture, juiciness, and flavor of the sausage.

Technological parameters: The influence of meat grinding, salt addition, sodium nitrite, spices, and other ingredients on the characteristics of the ground meat and the final product.

Microbiological safety: Ensuring the safety of ground meat and finished sausage by controlling microbiological parameters.

Results. Composition: The optimal meat-to-fat ratio for semi-smoked sausage is 70-80% meat and 20-30% fat. Using different types of meat allows you to get sausages with various flavor characteristics.

Functional properties: High viscosity and water holding capacity of the ground meat provide a dense texture and juiciness of the sausage. The emulsifying capacity of the ground meat affects the uniformity of the structure and cut of the sausage.

Technological parameters: Grinding meat into small pieces (3-5 mm) improves moisture binding and sausage formation. Adding salt, sodium nitrite, spices, and other ingredients improves the taste, aroma, color, and shelf life of the sausage.

Microbiological safety: Compliance with sanitary norms and rules at all stages of sausage production, as well as the use of preservation methods (smoking, heat treatment) allow you to obtain a safe product.

Conclusions. Scientific research on ground meat for semi-smoked sausage production allows:

Optimizing the composition and characteristics of ground meat to obtain sausages with high quality indicators.

Developing new recipes and technologies for the production of semi-smoked sausage.

Improving the safety and competitiveness of the product.

References

- 1.<https://cyberleninka.ru/article/n/zmina-tehnologichnih-vlastivostey-m-yasnogo-farshu-z-vmistom-propionovokislil-bakteriy-v-protsezi-virobnitstva-kovbasnih-virobiv>
- 2.<https://www.linkedin.com/pulse/zalezhnist-yakosti-varenih-kovbas-vid-skladu-recipe-i->

17. Bio absorbent properties derived from fruit and vegetable peels

Volodymyr Fedynyshyn, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Biosorption can be defined as the ability of biological materials to accumulate heavy metals from waste water. These are made of discarded Bio waste like Fruit and Vegetable peels. It's a metabolically passive process, meaning it does not require energy. Safe drinking water is necessary for every living organism on earth.

Materials and methods. The removal of heavy metals (cobalt, cadmium and chromium) of the aqueous solution was possible with activated carbon from the orange skin. At the level of concentration where the levels of concentration were studied, the adsorption occurred between 15 and 25 minutes of adsorption. The raw fiber of sweet orange skin and protein, based on the chemical composition of sweet orange skin, serve as non-calories. They can also provide a low cost nutritional supplement for livestock and humans. Sweet orange shells can be incorporated as food components and components in livestock feed. These applications promote the sustainable elimination of sweet orange skin residues. Orange peel dried at 60 °C for 24 hours adsorbed 1.92, 1.37 and 1.31 mmol/g of nickel (II), cobalt (II) and copper (II) ions. .

Results. The rapid and continuous growth of industries over the last few decades has polluted rivers, ground water and streams resulting in bad quality of potable water. This waste water contains many organic and in organic matters in the form of heavy metals, atomic compounds, dyes, pigments etc. many of them have high potential toxicity to human health. The fruit and vegetable peel bio absorbent is eco-friendly so it can be imparted in affected ponds or lake where it does not affect living organism or microorganism. The waste peels will remove heavy metals from water through adsorption.

As a result of many researches bio absorbent were produced from fruit and vegetable peels that replace other absorbents. This management implies the use of environmentally friendly and cost-effective processes. The bio absorbent works on mechanism of ion exchange, physical absorption and precipitation process so it has high efficiency while it has compare with another filtration process. The heavy metals are removed by fruit and vegetable peels. Thus, the fruits and vegetable waste is recycled and also become economical and environment friendly.

Conclusions. Different bio-absorbent may be obtained by agrowaste produced by local fruit juice vendors or fruit and vegetable industry i.e., pomegranate peel, banana peel and orange peel. These bio-absorbents are inexpensive, easy and safer to use. These bio adsorbent materials contain mainly polysaccharides, proteins, and lipids, functional groups that act to bind metal ions such as carboxyl, hydroxyl, sulfate, phosphate, and amino group. These bio-adsorbents are used to remove phenol, copper, lead, dye from water with relation to temperature, contact time, pH of the solution by using physical absorption process. This process can be used for low-cost waste water treatment due to the abundant and cheap availability of bio absorbent.

References

1. https://www.academia.edu/57684461/IRJET_A_REVIEW_OF_BIO_ABSORBENT_PROPERTIES_DERIVED_FROM_FRUIT_AND_VEGETABLE_PELLS
2. <https://www.gkciet.ac.in/>

18. Innovative developments in the dairy industry

Viktoriia Hadaichuk, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The dairy industry is one of the main fields of the food industry that produces vital products. They are the basis of the diet of people of all ages. Dairy products are in high popularity among the population. At the moment, main task of the food industry is develop a new product group - food for health-recovery.

Materials and methods. In recent years, the food assortment policy has changed significantly. Innovative technologies are being developed alongside traditional ones. These are mainly new types of products for health and preventive purposes. The scientific potential of the Department of Milk and Dairy Products Technology is aimed at addressing the health of the Ukrainian population. Dairy industry is a perspective branch for the development of products with enriched vitamin and mineral contents. Due to the fact that milk is a fat-in-water emulsion, milk is a favorable environment for fat-soluble and water-soluble vitamins. Milk contains vitamins D, A, B₁, B₂, C. It is also rich in calcium, phosphorus, selenium and zinc.

Results. There is a well-known fact that a large part of the Ukrainians suffers from vitamin and mineral deficiencies. For example, 82% of the population has a vitamin D deficiency, 14% have insufficiency, and 4% have normal levels. The university's scientists have developed a set of products that replace some of the classic raw ingredients with alternative ones. For example, new types of ice cream made from natural polyfunctional vegetable raw materials that have antioxidant and antibacterial properties. It is proposed to add cereal components (oatmeal, wheat germ) and pectin-containing fruit and vegetable purees (apple, pumpkin) to low-fat dairy ice cream, and to use water extracts of chicory and hibiscus as natural flavoring, coloring and enriching components. The university's specialists have developed an ice cream with naturally occurring sweeteners (fructose and glucose-fructose syrups); protein component (cottage cheese); soy-containing (protein component); inulin-containing (chicory, Jerusalem artichoke); and vegetable materials (barberry, pears), as well as dietary fiber (fiber), which give the product a therapeutic, preventive and health-improving effect. New types of butter with vegetable additives have been created. Namely, inulin and pectin, powders from red table beet, black currant buds, Jerusalem artichoke carrots and blueberry syrup with fructose.

Conclusions. Dairy technology is a perspective and not sufficiently disclosed area of food technology. The main task of modern specialists is popularize and develop innovative multifunctional dairy products because it is really important for health of our nation.

References.

1. <http://socrates.vsau.org/repository/card.php?id=32594>
2. <https://dspace.ksaeu.kherson.ua/handle/123456789/9010>
3. <http://econa.wunu.edu.ua/index.php/econa/article/view/2040>

19. The Crucial Role of Water Quality in Human Health and Well-being

Nazar Kalinin, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Water is an essential element for sustaining life, playing a fundamental role in human health and well-being. This research aims to investigate the importance of water quality in safeguarding human health and exploring the methods to ensure access to clean and safe water.

Materials and Methods. To understand the significance of water quality, a comprehensive review of literature was conducted, encompassing studies on waterborne diseases, water treatment technologies, and regulatory frameworks. Statistical data were analyzed to gauge the current state of water quality globally.

Results. The significance of water quality in human life cannot be overstated. Throughout this research, it has become evident that water quality plays a pivotal role in safeguarding human health and promoting overall well-being. From the provision of safe drinking water to the maintenance of adequate sanitation and hygiene practices, access to clean water is indispensable for sustaining life and preventing the spread of waterborne diseases. The consequences of failing to address water quality issues are dire, particularly for vulnerable populations living in low-resource settings.

One of the key takeaways from this research is the importance of holistic approaches to water quality management. It is not enough to focus solely on water treatment technologies or regulatory measures. Rather, a multifaceted approach that addresses the root causes of water contamination, improves infrastructure, and promotes behavioral changes is essential for achieving sustainable improvements in water quality. Furthermore, the role of education and community engagement cannot be overlooked. Empowering communities with knowledge about water quality and sanitation practices can lead to significant improvements in hygiene behaviors and reduce the incidence of waterborne illnesses. Innovative solutions also hold promise in addressing water quality challenges. Advancements in water treatment technologies, such as membrane filtration and ultraviolet disinfection, offer cost-effective and efficient ways to remove contaminants from water sources. The importance of water quality in human life cannot be overstated. Access to clean and safe water is a basic human right and a prerequisite for achieving sustainable development. By prioritizing investments in water quality management, adopting innovative solutions, and fostering collaboration among stakeholders, we can ensure that future generations inherit a world where clean water is abundant and accessible to all. The time to act is now, for the health and well-being of current and future generations depend on our collective efforts to safeguard water quality.

Conclusions. Ensuring access to clean and safe water is imperative for safeguarding human health and promoting overall well-being. By prioritizing water quality management, policymakers, public health officials, and communities can mitigate the adverse impacts of poor water quality and pave the way for a healthier and more sustainable future for all.

References

1. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water>
2. <https://www.epa.gov/environmental-topics/water-topics>
3. <https://www.homewater.com/blog/benefits-of-drinking-water-what-science-tells-us>
4. <https://www.medicalnewstoday.com/articles/290814#benefits>

20. Nanotechnology and the latest trends in the development of food production in the bakery industry

Anna Kulyk, Iryna Cherkas, Liudmila Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Intensive spread of nanotechnology is observed all over the world. Nanotechnology is becoming an increasingly important factor in the development of the food industry. They are gradually introduced into the bakery industry, opening up new opportunities and improving the quality and efficiency of products.

Materials and methods. Several new trends that describe the dynamics of nanotechnology in the food industry:

Nano-ingredients: improving texture and taste, enriching nutrients, reducing the use of artificial additives.

Nano-sensors: quality control, detection of falsification.

Nano-packaging: extension of shelflife, reduction of harmful emissions.

Intelligent bread machines: automation of production, personalization of bread.

Results. Nanotechnologies improve the stability of food products during processing and storage, improve product characteristics, increase the efficiency and bioavailability of consumed substances. One of the main directions of modern developments is reducing the amount of fat in food products. In terms of appearance and taste, such products will not differ from "fat" ones.

Nanoparticles are used to improve the texture of bread, making it softer, more elastic and with a better crumb structure. It can also help keep bread fresher for longer. An important direction is nanocapsules containing nutrients or organic and inorganic nanoadditives to change color, aroma, remove unpleasant odors and even protect against microbes. Nanocapsules can be used to deliver vitamins, minerals and other nutrients to bread, making it more healthful. Nanotechnology can help reduce or eliminate the need for artificial additives such as preservatives and flavorings, making bread more natural.

Nanosensors are used to monitor the quality of raw materials and finished products throughout the entire production process. This can help bread producers to ensure product safety and compliance. Nanosensors can be used to detect bread adulteration, such as the addition of cheaper ingredients such as soy to wheat bread. Nano-packaging is used to extend the shelf life of bread, making it more resistant to spoilage. Nano-packaging can help reduce greenhouse gas emissions and other pollutants, making the bakery industry greener. Smart bread machines with nano-sensors and artificial intelligence can automate many aspects of bread production, making it more efficient and less labor-intensive.

Conclusions. It is important to note that nanotechnology in the bakery industry is still at an early stage of development. More research and development is needed to unlock the full potential of these technologies. The use of nanomaterials makes it possible to create bakery products with improved functional properties, such as increased energy value, improved composition of vitamins and minerals, etc.

References

1. https://tech.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/1_2018/part_3/9.pdf
2. http://medved.kiev.ua/web_journals/arhiv/nutrition/2010/3-4_10/str05.pdf
3. http://ni.biz.ua/3/3_11/3_114714_nanotehnologii-v-pishchevoy-promishlennosti.html

21. Nanotechnology in the production of dairy products

Lyubov Ruda, Roman Yatsenko, Daria Pylypenko, Liudmyla Yurchuk
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The application of nanotechnology in the production of dairy products opens up wide opportunities for improving the quality and benefit of products. These technologies become a valuable tool for improving the taste, consistency and properties of products, guaranteeing their safety and long shelf life, and most importantly - meeting the specific needs of customers. However, it is important to maintain a balance between technological advances and preservation of the natural qualities of products.

Materials and methods. Nanoparticles improve the barrier properties of packaging, making it more resistant to oxygen and light, which extends the shelf life of products. Mineral nanoparticles are used to create sensors that can detect pathogens and other impurities in milk. The technology of nanofiltration and high molecular pulse is used to destroy bacteria and viruses from milk, improving its safety and natural value. The technology of processing milk with steam allows you to clean milk very gently from extraneous bacteria, to preserve its benefits and delicate pleasant taste as much as possible, and at the same time not to give the product a taste of boiling.

Results. The dairy industry has played an important role in human nutrition for centuries as consumers increasingly look for healthy, convenient and functional foods. The introduction of innovations in dairy production is a key factor for ensuring the satisfaction of consumer needs and increasing the competitiveness of enterprises on the market. In the dairy industry, the demand for clean label products is increasing, which leads to the use of natural additives, colors and flavors. This includes exploring options such as supplements derived from algae or using dairy by-products to minimize waste.

In today's world, nanotechnology is developing rapidly and has significant potential to revolutionize many industries, including the dairy industry. Thanks to nanotechnology, there are new opportunities to improve the quality, safety, functionality and shelf life of dairy products. Nanotechnology makes it possible to develop new dairy products with unique properties, for example, with an increased content of useful substances or with functional additives. However, it should be remembered that the impact of nanoparticles on human health is still not fully understood. There is a possibility that nanoparticles may have unpredictable negative health consequences with long-term use. That is why more research is needed to assess the long-term risks to human health.

Conclusions. New technologies and the extremely high pace of their development will affect the world much faster and more significantly than it seems. The main task in this rapid process is to prevent an increase in the level of risk for consumers. Contributing to the problem of providing sufficient nutrients to the growing population of the planet, nanotechnology should not create additional hazards in food.

References:

1. <https://www.loostdorf.com/about-company/technology/>
2. <https://www.032.ua/news/3708311/novitni-tehnologii-harcovih-dobavok-u-molokopererobnij-promislovosti>
3. <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f82086a4-07f0-42e1-8c94-bf22c88dfabe/content>

22. An accelerated method of preparing dough

Dmytro Pinchuk, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The fastest and most affordable way to prepare dough for bakery products is the accelerated steamless method. This paper presents the methods as well as the advantages and disadvantages of making dough using the accelerated steamless method.

Materials and methods. The main difference of the accelerated steamless dough preparation method for bakery products is the reduction of dough fermentation time due to: increasing the dosage of yeast, raising the ripening temperature, using active or instant dried yeast, intensive processing of the dough during kneading, adding accelerators: organic acids, whey, use of MMKZ or KMKZ, use of enzyme preparations, food additives.

Results and discussion. Preparation of dough by an accelerated steamless method for bakery products. The process of preparing the dough consists in loading all ingredients, with the use of complex improvers, increasing the dosage of yeast $\geq 3\%$ into the dough mixer and kneading the dough for 10-12 minutes, the duration of fermentation is 20 - 60 minutes, the moisture, %, moisture bread + (0.5 - 1.0), the temperature is 30 ± 2 degrees Celsius, acidity, degree of acidity, acidity bread + 0.5.

Advantages and disadvantages of preparing dough in this way. Advantages: Short technological cycle; lower consumption of dry substances for fermentation (by 1.2-1.5%); Less equipment is required. Disadvantages: Microbiological, biochemical, colloidal processes occur more slowly; Fewer acids accumulate in the dough; Contains less aromatic and flavoring substances; Worse conditions for yeast activity (dense environment, presence of salt, sugar, fat); Products have a fresh taste and aroma.

Conclusions. The use of an accelerated continuous method of preparing dough for bakery products is advisable to use in conditions of lack of territory for various types of equipment and a small period of time for its preparation.

References:

1. Довідник з технології хлібопекарського виробництва [Текст] : навч. посіб. / В. І. Дробот. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Київ : ПрофКнига, 2019. — 580 с.
2. Технохімічний контроль сировини та хлібобулочних і макаронних виробів [Текст] : навч. посіб. / В. І. Дробот, В. Г. Юрчак, О. А. Білик та ін. ; за ред. В. І. Дробот ; Нац. ун-т харч. технол. — Київ : Кондор, 2015. — 972 с.

23. Protein isolates from waste in the oil industry

Oleksiy Olenich, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. There are a large number of oil extraction enterprises in the world, the enterprise after removing the oil from the seeds has waste in the form of meal. Meal - The solid residue of the seeds of oil crops after extracting the oil from it by the extraction method; a by-product of the production of oils obtained after the extraction of oils with solvents.

Materials and methods. Sunflower, soy, rapeseed. The technology for obtaining such hydrolyzates consists in the limited hydrolysis of proteins isolated from various raw materials under the action of proteolytic enzymes.

Results. There is a known method of obtaining protein isolates from meal, which involves sequential extraction with a neutral and alkaline solvent, separation of the protein extract from the solid residue of meal, precipitation of proteins and drying of the protein paste. This product is used as a protein additive to various food products to enhance its microbiological value. For example, a supplement made from protein isolate is used in the production of bread and various products of this sector, and it is also used as a component of sports nutrition to enhance the amino acid composition.

Disadvantage. These include the technological parameters of protein extraction and obtaining protein isolates established only for soybean meal. At the same time, meal from other cultures, in particular, rapeseed, can be used to obtain isolated proteins. However, rapeseed and its meal have peculiarities of chemical composition, this also applies to the polypeptide composition of the protein complex. Therefore, it is important to establish the optimal parameters for the extraction of proteins from rapeseed meal, to study the possibility of obtaining rapeseed protein isolate with its functional and technological properties.

The closest technical solution is the method of obtaining proteins from soybean meal, which involves the extraction of proteins with sodium hydroxide solution, separation of the extract from the insoluble residue, precipitation of proteins from the extract with mineral or organic acids, neutralization of proteins and their drying.

Conclusions. Production of protein isolate from rapeseed is a promising method of using the residues after pressing oil from raw materials. Method. Protein isolate is a product that contains 95% proteins that are easily absorbed by the body.

References

1. <https://mostrda.org.ua/?p=2891>
2. <https://uapatents.com/3-36170-sposib-oderzhannya-bilkovikh-izolyativ-iz-ripakovogo-shrotu.html>
3. <https://uapatents.com/2-67221-sposib-oderzhannya-ripakovogo-bilkovogo-izolyatu.html>
4. <https://soya.kiev.ua/ua/isolate.html>

24. Ways to store food

Tymofyi Sandratskyi, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Proper storage of food is essential in preventing various food poisoning. In catering, it is important to observe the temperature regime of storage and commodity neighborhood for raw and finished products. Proper storage of food plays an important role in ensuring our healthy state. How to store ready meals, how long they remain fresh and what to do with them - eat or throw away?

Materials and methods. Some types of food, such as baby food or canned food, can be stored outside the refrigerator, unless the packaging is damaged. In the freezer, you should put fresh food or in a heavily frozen state. It is unacceptable to put previously defrosted products, because at the same time they lose their nutritional value and can additionally become a source of infection. This is especially true of fresh meat, fish, or dairy products. Most fruits do not need to be stored in the refrigerator - they can be stored at room temperature, for example, on the windowsill in the kitchen. You also need to take it as a rule when purchasing products to immediately check their shelf life - then it will be easier to control their suitability for consumption.

Results. For freezing, it is worth using special bags resistant to low temperatures. This will prevent their rupture during storage of products. It is also worth remembering that products should not come into contact with chemicals. Be prudent and remember what products can be stored for years. This category includes cereals, crackers and flour snacks, canned food, dried and jerky meat, jams, honey and much more.

Conclusions. Do not forget at least once a week to wipe the shelves of the refrigerator and conduct an audit: check the shelf life to understand what you need to eat in the first place, and what in general time to throw away is. Remember that the correct storage of products depends on their quality, and therefore the benefit to the body. At least once a month, wipe the shelves in the refrigerator. Watch the freshness of the products. Store cooked foods in a dish that closes tightly. Compliance with these simple rules will not worry about health.

25. Using transglutaminase in food technologies

Christina Pogorela, Inna Popova, Liudmyla Yurchuk

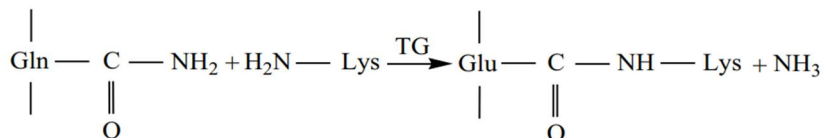
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Transglutaminase (TG) is a protein enzyme, a catalyst for intra- and intermolecular cross-linking of protein molecules by forming covalent bonds between the amino acids lysine and glutamine, which imparts a special texture to the food product containing this enzyme, and alters its organoleptic and physicochemical properties.

Materials and Methods. An analysis and systematic review of current scientific publications were conducted with the aim of further utilization in technological practice.

Results. Transglutaminase has the ability to "stitch" proteins, thereby altering the functional properties of proteins by forming covalent bonds. TG catalyzes the formation of amide bonds between proteins, resulting in the formation of insoluble protein aggregates, which enables its wide application in various sectors of the food industry, including meat processing, fish processing, and dairy.

TG catalyzes the acyl transfer reaction between the γ -carboxamide group of a glutamine residue of a peptide (acyl-donor) and the primary amino groups of various amino compounds (acyl-acceptors), including the ϵ -amino group of a lysine residue of a peptide. Of particular interest for food processing is the protein cross-linking reaction, which forms new peptide bonds, termed isopeptide bonds, distinct from natural ones. The reaction proceeds according to the scheme:



As a result of linking the glutamine and lysine residues of peptides or proteins, high molecular weight compounds containing ϵ -(γ -glutamyl) lysine intra- and intermolecular bonds are formed. These bonds can influence the structure and functional properties of proteins. TG is active over a wide pH range (5-8) with an optimum around pH 7. The enzyme is stable at temperatures up to 40°C and is inactivated at temperatures above 65°C.

The enzyme has the ability to improve the consistency of the final product, enhance its juiciness, increase yield, and reduce the cost of the final product, ensuring quality, stability and moisture retention (during the storage of sliced products).

Conclusions. Transglutaminase has found wide application in the food industry, particularly in the preparation of food products. Promising is the use of this enzyme to improve the texture of products, increase the viscosity and stability of dough, produce low-calorie meat products, and extend the shelflife of products.

References

1. Swaisgood H. E., Horton H. R. Covalent immobilization of proteins by techniques which permit subsequent release. *Methods Enzymol* No 135, p. 130–141. 1987.
2. Kieliszek M., Misiewicz, A. Microbial transglutaminase and its application in the food industry. *A review. Folia Microbiol.* № 59. P. 241, 2014.

26. Alternative protein

Andriy Linichenko, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Alternative protein are products that can replace animal protein. They are of natural origin - plants, legumes, mushrooms, and laboratory - proteins synthesized in special conditions, such as "meat from a test tube." Such proteins can make up for the lack of meat and seafood. An alternative protein is the future of agriculture and food technology.

Perspective of alternative proteins. Interest in protein products that do not contain meat is rapidly growing in the world: otherwise they are called alternative sources of protein. Illustrative examples of such interest were the American company Beyond Meat, (for 2.5 months the growth of shares was 800%) and the successful attraction of large venture capital financing (155 million euros) by the French startup Ynsect, specializing in the production of animal feed based on insect protein.

Factors supporting the development of the alternative protein market.

The increase in the population of the Earth, combined with the growth of welfare and the efforts of the international community to eradicate hunger: the need for protein nutrition is growing rapidly and traditional animal husbandry does not have time to satisfy it.

Climate risks: Meat farming is one of the main sources of greenhouse gases. To reduce climate risks and transition to sustainable development, it is necessary to find alternative sources of protein.

Predictions for the future.

By 2035, there will be a revolution in the food system around the world: every tenth cutlet or shrimp, chicken egg or milk packet consumed in the world will be made from alternative protein. This is evidenced by a study conducted by Boston Consulting Group (BCG) together with Blue Horizon Corporation.

The BCG report "Food for Thought: Protein Transformation" states that the alternative proteins market will grow from the current 13 million tons per year to 97 million tons by 2035 and will account for 11% of the total protein products market. The volume of the new market will reach at least \$290 billion by that time.

This is BCG's baseline forecast. But if biotechnology begins to develop faster and manufacturers are not strictly regulated by the authorities of different countries, the share of meat grown in vitro will double.

Protein from insects.

One alternative protein is a protein derived from insects. Now there are more and more companies that grow insects for the food industry. This is a new and very promising business. Needless to say, more than a quarter of people in the world eat insects and do not have any discomfort (about 80% of all Asians). It is easier to part with a fly than with a cow. In the future, proteins from insects will enter various products, and the attitude of consumers will change for the better to this type of protein.

References:

1. <https://www.foodnavigator.com/Article/2021/01/14/EFSA-says-mealworms-safe-for-human-consumption-An-important-milestone-towards-commercialisation>
2. <https://www.adamspetcare.com/expert-care-tips/insect-facts/crickets>
3. <https://www.edibleinsects.com/insect-nutrition-information/>

27. Use of enzymes for the production of meat snacks

Julia Korotka, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Meat snacks are dried meat, thin, cut into pieces of meat, seasoned with spices, so-called jerky, meat chips, straw and stroganina. Meat snacks are made from pork, beef, poultry, horse meat, venison and lamb.

Materials and methods. The work uses an analysis of the related literature the influence of enzymes on the production of meat snacks.

Results. Enzymes are biological catalysts of protein nature. Acting in a strictly defined sequence, they significantly increase the speed of chemical reactions that occur in living organisms, without the formation of byproducts. Drying is the stage of bringing meat snacks to readiness. The drying process took place at a temperature of 45-75 °C. The drying process was carried out in two stages: 1 stage at a temperature of 45 °C for 6 hours; 2nd stage at a temperature of 75 °C for 1 hour. The use of a special drying unit makes it possible to achieve a rational drying regime, in which moisture is released evenly from the entire volume of the product.

The convective dryer works according to the principle that ensures rapid drying of materials in the temperature range from +20 to +75 °C, performing a drying cycle with automatic maintenance of the set temperature. In the drying process, the rate of moisture separation at the drying stages is taken into account. The drying design ensures uniform drying and prevents the rapid removal of moisture from the upper layers of the product, thereby ensuring a dry crust on the surface of the product.

During the drying process, the minced meat gradually increased its temperature from 45 to 75 °C. The kinetics of heating were correlated with changes in the mass and moisture content of minced meat during the drying stages.

The moisture content in the final result was for the control 35.1±1.2%, for the sample with papain 34.4±1.1%, for the sample with bromelain 33.6±1.2%, and for the sample with transglutaminase 31, 6±1.2%. Since the sample with transglutaminase had the lowest moisture content, it can be concluded that it dried the fastest, while the control dried the longest. In the first two hours after drying, a sharp decrease in moisture is observed, and from the third hour of drying, moisture was released gradually. In general, according to this schedule, the entire drying process can be divided into three stages: Convective drying; Natural drying; Convective drying. The drying process was completely finished after 7 hours. After that, the product was cooled to 15-25°C.

Conclusion. The use of enzymes made it possible to reduce the drying time of meat snacks to 7 hours, compared to the standard 10-15 hours. drying according to standard technology. Therefore, the use of enzymes is appropriate from the point of view of reducing the duration of the process, which in turn reduces production costs.

References

1. General technology of food production [Electronic resource] : education. manual / A. A. Dubinina, Yu. M. Khatskevich, T. M. Popova, S. O. Lenert. - Electron. data. - Kh.: KhDUHT, 2016. - 497 p.
2. Food biotechnology [Electronic resource]: assistant professor bibliography show / [edit O. V. Olabodi] ; National University of Food technology, science and technology b-ka - Kyiv, 2021. - 136 p.
3. <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/11365/1/89.pdf>

28. Food security

Mykyta Klishyn, Luidmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Food security is the access to safe, quality and nutritious food for all members of society, protecting consumers from unhealthy foods, preventing the spread of food-related diseases, and ensuring proper handling of food at all stages of its production and consumption. Food safety can be ensured in the following ways: quality control systems at every stage of production, implementation of food safety standards, personnel training and consumer information.

Materials and methods. Food technology expertise plays a decisive role in controlling the quality of products at all stages of production. Experts evaluate the composition, safety, appearance and taste of products, and also monitor compliance with technological processes. Methods of food technology examination: Chemical analyzes to determine the composition and level of contaminants, organoleptic evaluation of appearance, aroma and taste, molecular methods for identifying the GMO.

Results. Modern technologies, such as the use of artificial intelligence and biotechnology, make it possible to more accurately and quickly analyze products, increasing the efficiency of control. The combined deficits and defects of nutrition turn into the risk factors that benefit the development of many diseases and their transformation into chronic form, causing various limitations etc.

Therefore, the necessity to rapidly correct the nutritional structure has become the important social and economical task to the state. As the world practice shows, the wide usage of plant raw materials, including those wild, with increased amount of the main life-providing components appears to be the most effective, cheap and accessible method to solve this problem. Within the framework of the problems outlined, this article is dedicated to the analysis of the certain species of cultivated and wild plants as the main sources of biocomponents to be included into foodstuffs.

Having based on the previously confirmed interconnections between the nutritional structure, quality, and the state of human health, the authors proved the main tasks to up-to-date national food security. Providing that Ukraine fulfills them successfully, it will further go into the level of the world's leading countries in production and consumption of foodstuffs with wellness, preventive and curative destinations. As the factor to promote the food security of Ukraine, developing the industry of foods for well-being gains far more strategic importance and priority among the other branches of food industry.

Conclusion. Food safety and the use of modern examination methods in the food industry contribute to the creation of high-quality and safe products that meet the needs of modern society. This is an important factor for consumer health and the development of food infrastructure.

References

1. <https://www.worldbank.org/en/topic/agriculture/brief/food-security-update/what-is-food-security>
2. <https://concernusa.org/news/what-is-food-security/>
3. <https://fscluster.org/ukraine>
4. <https://dspace.nuft.edu.ua/items/47b26882-076f-41ff-941e-4e07413386f6>

29. Food Safety

Anhelina Dymochka, Mirosława Bereziuk, Liudmyla Yurchuk
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. What is Food Safety? A Matter of Health: Food safety refers to the practices and measures taken to prevent foodborne illnesses and keep our food safe to consume. Quality Control: It involves maintaining the quality, nutritional value, and integrity of food from production to consumption.

Materials and methods. Consumer Confidence: Food safety measures build trust with consumers, assuring them that the food they purchase is safe and free from contaminants. Threats to Food Safety.

Results. Contaminants, such as bacteria, viruses, chemicals, and allergens, can make their way into our food supply chain. Improper handling, preparation, and storage of food can lead to the growth of harmful pathogens, resulting in illness. The deliberate misrepresentation or adulteration of food products can pose risks to consumer health and undermine trust in the food industry.

Quality Control Systems

Establishing guidelines for food production facilities to ensure cleanliness, hygiene, and safe processes. Standards that provide a framework for quality management systems, ensuring consistent adherence to food safety regulations. A globally recognized systematic approach to identify and control food safety hazards.

Everyone, from food producers to consumers, plays a role in maintaining food safety through responsible actions and awareness. Continuous training and knowledge sharing can cultivate a strong food safety culture, driving better practices and reducing risks. Transparent communication between all parties involved ensures effective control measures and early detection of food safety issues.

Conclusions. Effective food safety measures protect individuals and communities from foodborne illnesses, reducing healthcare costs and improving well-being. Food safety promotes consumer confidence, enables international trade, and builds a strong foundation for the growth of the food industry globally.

By implementing sustainable food production practices, we can ensure long-term availability of safe and nutritious food for future generations.

30. The use of nanotechnology in the food industry

Dmitro Kondratiuk, Bogdan Kleshch, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In recent decades, nanotechnology has emerged as one of the most promising fields of science, impacting a wide range of industrial sectors. At the heart of this remarkable development lies the food industry.

Materials and methods. There is an increasing interest in nanotechnology in the food industry. Several applications have been reported in various dimensions, such as the targeted delivery of nutrients or bioactive molecules through nanoencapsulation, the use of biosensors to detect and quantify pathogens and alteration of food composition, or fruit and vegetable preservation by edible films. Potential applications of nanotechnology in the food chain include food storage, food quality control, food formulation and food packaging.

Results. The introduction of nanotechnology into the food industry opens up broad prospects for improving production processes, storage, distribution, and for creating new functional food materials. With the use of nanomaterials, it is possible to enhance the quality, extend the shelf life, improve the safety, and preserve the beneficial properties of food products throughout their entire shelf life. However, alongside the unquestionable advantages of using nanotechnology in the food industry, questions arise regarding the ethics, safety, and regulation of the use of such materials in food products. Thus, the examination of this topic becomes important for both scientists and producers, as it holds the potential for changes in the way we understand, produce, and consume food products. Nanotechnologies in recent years have found increasingly diverse applications in the food industry, offering new possibilities in production and storage of food products. For example, nanotechnologies open up new possibilities for improving food additives, facilitating their production, storage, and use. Improving bioavailability: Nanoparticles can be used to improve the bioavailability of active components in additives. This means that beneficial substances can be better absorbed by the body, increasing their effectiveness. Control over the release of active substances: Nanotechnologies allow the creation of additives with controlled release of active substances. For example, nanoparticles can be used for gradual release of vitamins or minerals into the digestive tract, ensuring their more effective or prolonged action. Nanotechnologies can be used to improve the texture properties of food additives, providing better solubility or dispersion. They can also be used to create additives with a more attractive appearance. Nanotechnologies allow the creation of new functional food additives, such as nanoparticles with antioxidant or antibacterial properties. This allows the development of additives that not only improve the quality of products but also ensure their safety and prolonged shelf life.

Conclusions. The use of nanotechnology in the food industry is a promising direction of development, opening up wide prospects for improving the quality and safety of food products. Nanomaterials enable the production of more durable, efficient, and functional products, ensuring safety and comfort for consumers. However, it is important to carefully monitor the ethical and safety aspects of using nanotechnology to ensure consumer trust and the continued success of the industry.

References:

1. <https://www.nano.gov/> offers a comprehensive introduction to nanotechnology and its applications across various industries.
2. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7499077/database>

31. Spirulina-Pulver: Ein Superfood in Ihrer Küche

Anatoly Kravchenko, Hanna Boiko, Svitlana Vozniuk
 Nationale Universität für Lebensmitteltechnologie, Kyiv, Ukraine

Einführung. Spirulina hat eine blaugrüne Farbe, die im Mittelpunkt der Weinherstellung steht. Wenn ein Roboter eine Superkraft herunterlädt, kann er sowohl Ratten als auch Polypen retten. Das ist Ihre Gesundheit.

Materialien nach dieser Methode. Ein funktionelles Lebensmittelprodukt – die Alge „Spirulina“ (in Form eines Pulvers) – ist Gegenstand der Forschung. Die Lebensfähigkeit (Proteine, Fette, Kohlenhydrate, Vitamine, Mira oder andere nützliche Substanzen) dieser Alge wurde analysiert. Das bedeutet, dass Sie die gesunde Seite Ihres Lebens sehen können. Dieses unbenutzte Produkt wird von Privatpersonen gesammelt. Angewandte organoleptische und Berechnungsmethoden.

Die Ergebnisse. Spirulina ist kein Superheld, aber ein wunderbares Geschenk für die Organe der Mu-Elemente (Tabelle 1). Der maximale Zuckeranteil beträgt bis zu 70 % und ist derselbe wie zuvor. 10 Gramm Geschosse ergeben 5-7 Gramm Rohling, die Maschine vergibt also eine Medaille. Das ist es, was junge Leute brauchen. Sie müssen außerdem eine Sprühpflanze verwenden. Das Gleichgewicht der Harn- und polnischen Fettsäuren sowie die Konzentration von Omega-3 und Omega-6 im Blut tragen in Form von Cholesterin zur Herzgesundheit bei. Ein wichtiger Bestandteil von Spirulina sind auch Kohlenhydrate, die 15-25 % der Trockenmasse ausmachen. Dies bedeutet, dass das Herz weder ein spezifisches Polysaccharid noch eine Squirulium-Konkretion ist. Dies ist ein Naturprodukt mit gerinnungshemmenden, immunstimulierenden und viralen Eigenschaften. Spirulina ist reich an Mineralien wie Eisen, Kalzium, Magnesium, Kalium und den beiden Gruppen B (B1, B2, B12) und vier E. Das Leben kann einer Gruppe verschiedener Elemente gespendet werden.

Tabelle 1. Chemische Zusammensetzung von Spirulina

Roh	Die Maßeinheit ist 100 g	Indizes							
Spirulina	g	Makronährstoffe							
		Eichhörnchen		Fette		Kohlenhydrate		Zellulose	
		57,5		7,7		23,9		3,6	
	mg	Vitamine							
		A	E	C	B ₁	B ₂	B ₃	B ₄	B ₆
		0,029	5	10,1	2,4	3,7	12,8	66	0,4
		Mineralstoffe							
		Ca	Fe	Mg	P	K	Na	Cu	Zn
		120	28,5	195	118	1363	1048	6,1	2,0

Beim Kochen wird es häufig als Zusatz zu Smoothies, Joghurts und Säften verwendet. Es wird zur Zubereitung von Saucen und Salatdressings verwendet. Mit diesem Zusatz werden Brot, Kekse und Muffins gebacken. Es wird auch Omeletts, Pfannkuchen, Pfannkuchen usw. zugesetzt.

Abschluss. Daher erfreut sich Spirulina-Pulver aufgrund seiner reichhaltigen Nährstoffzusammensetzung immer größerer Beliebtheit. Es wird Ihrer Gesundheit viele Vorteile bringen. Es kann leicht zu Speisen und Getränken hinzugefügt werden, sodass Sie es problemlos in Ihre Ernährung integrieren können.

32. METHODEN ZUR ANALYSE VON KAMILLENEXTRAKT

Hanna Savitska, Hanna Boiko

Nationale Universität für Lebensmitteltechnologie, Kyiv, Ukraine

Einführung. Kamille – *Chamomilla recutita* (L.) Rausch., Familie der Korbblütler – Asteraceae. Kamille ist eine der beliebtesten Pflanzen, die reich an verschiedenen biologisch aktiven Substanzen ist.

Materialien und Methoden. Es wurde eine analytische Überprüfung der Literatur zu Methoden zur Analyse von Kamillenextrakt durchgeführt.

Die Ergebnisse. Kamillenextrakt wird aus der Pflanze *Matricaria chamomilla*, auch Kamille genannt, gewonnen. Dieser Extrakt verfügt über zahlreiche nützliche Eigenschaften und wird in verschiedenen Bereichen eingesetzt, insbesondere in der Medizin, Kosmetik und Lebensmittelindustrie.

In der Medizin wird Kamillenextrakt als natürliches Antiseptikum und entzündungshemmendes Mittel eingesetzt. Es kann zur Linderung von Hautirritationen, Schleimhautentzündungen sowie zur Behandlung von Wunden und Verbrennungen eingesetzt werden. Kamillenextrakt wirkt außerdem beruhigend und kann zur Linderung von Stress und Ängsten eingesetzt werden.

In der Kosmetik wird Kamillenextrakt häufig in Hautpflegeprodukten verwendet. Es kann helfen, Entzündungen zu reduzieren, die Wundheilung zu verbessern und die Haut zu glätten. Kamillenextrakt kann auch zur Beruhigung der Haut nach einem Sonnenbrand oder nach der Rasur verwendet werden.

In der Lebensmittelindustrie wird Kamillenextrakt als natürlicher Aroma- und Farbstoff verwendet. Es kann Tee, Getränken, Süßigkeiten und anderen Produkten zugesetzt werden, um ein angenehmes Aroma und eine angenehme Farbe zu verleihen.

Kamillextrakt kann in flüssiger oder Pulverform gekauft werden. Vor der Anwendung ist es wichtig, die Anweisungen zu befolgen und einen Spezialisten zu konsultieren, insbesondere wenn Sie allergisch gegen Kamille oder andere Pflanzen aus der Familie der Astern sind.

Es gibt verschiedene Methoden zur Analyse von Kamillenextrakt, mit denen Sie dessen Zusammensetzung und Qualität bestimmen können.

1. Chromatographie: Diese Methode dient der Trennung und Identifizierung einzelner Bestandteile des Kamillenextrakts. Abhängig von der Art der Probe und den zu analysierenden Komponenten kann die Chromatographie entweder gasförmig oder flüssig erfolgen.

2. Spektroskopie: Mit dieser Methode werden die spektralen Eigenschaften von Kamillenextrakt bestimmt. Mithilfe der Ultraviolett-Infrarotspektroskopie können Sie das Vorhandensein bestimmter Verbindungen in der Probe nachweisen.

3. Massenspektrometrie: Mit dieser Methode werden das Molekulargewicht und die Struktur einzelner Verbindungen im Kamillenextrakt bestimmt.

Mithilfe der Massenspektrometrie erhalten Sie detaillierte Informationen über die Zusammensetzung der Probe.

4. Pharmakologische Tests: Mit dieser Methode wird die pharmakologische Aktivität von Kamillenextrakt bestimmt. Dazu können Tests auf entzündungshemmende, antimikrobielle oder antioxidative Aktivität gehören.

Diese Methoden können einzeln oder in Kombination verwendet werden, um Kamillenextrakt zu untersuchen und seine Qualität und Wirksamkeit zu bewerten.

Derzeit gibt es mehrere Technologien zur Gewinnung eines Extrakts aus medizinischer Kamille. Eine davon ist die Verwendung von Heißwasseraufguss. Hierzu werden trockene Kamillenblüten verwendet, die mit kochendem Wasser übergossen und mehrere Minuten ziehen gelassen werden. Anschließend wird die resultierende Flüssigkeit filtriert und abgekühlt.

Eine andere Technologie besteht darin, Alkohol zur Gewinnung von Kamillenextrakt zu verwenden. Trockene Kamillenblüten werden für eine gewisse Zeit in Alkohol aufgegossen, danach wird der Vorgang mehrmals wiederholt. Der resultierende alkoholische Extrakt wird einer Verdampfung unterzogen, um den Alkohol zu entfernen und den fertigen Extrakt zu erhalten.

Es gibt auch eine Methode zur Gewinnung von Kamillenextrakt unter Verwendung von Lösungsmittellösungen wie Ethanol oder Glycerin. Dabei wird das Pflanzenmaterial in ein Lösungsmittel gegeben und dort infundiert. Anschließend wird die Flüssigkeit filtriert und eingedampft, um den fertigen Extrakt zu erhalten.

Schlussfolgerungen. Jede der Technologien hat ihre eigenen Eigenschaften und beeinflusst die Eigenschaften des gewonnenen Extrakts. Die Wahl einer bestimmten Methode hängt vom gewünschten Ergebnis und der Verwendung des Extrakts ab.

Verweise

1. Amelchenko, V. E. Einfluss der Extraktionsbedingungen auf die Effizienz der Extraktion extraktiver Substanzen aus Kamille und Pfefferminze/V. E. Amelchenko, V. S. Boltovskiy, V. L. Fleisher // Journal of Chemical Sciences. -2017. - Nummer 2. - S.88-92.

2. Peshuk L.V., Bavika L.I., Demidov I.N. Technologie von Parfümerie- und Kosmetikprodukten.-K.: Zentrum für Bildungsliteratur, 2007.-376 S.

3. Gewinnung pflanzlicher Rohstoffe: Ausbildung. Handbuch / Y.I. Sidorov, I.I. Gubyska, R.T. Konechna, V.P. Novikov. - Lemberg: Verlag der Nationalen Universität „Lwiwer Polytechnikum“, 2008. – 336 s.

33. Restauration dans les pays francophones

Stanislav Bezruchenko, Svitlana Musiichuk

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Introduction. La restauration, un secteur vibrant et en constante évolution, joue un rôle crucial dans les sociétés francophones. Cette exploration approfondie se penchera sur les multiples facettes de la restauration dans les pays francophones, en analysant sa diversité, son évolution, ses défis et ses perspectives d'avenir.

Matériels et méthodes. Allant des restaurants gastronomiques étoilés Michelin aux petits cafés de quartier, la diversité des établissements et des styles culinaires reflète la richesse et la complexité de la francophonie. L'étude a utilisé des méthodes telles que l'étude de la littérature, l'analyse, la généralisation, la systématisation, l'observation.

Résultats. Le paysage de la restauration francophone est marqué par une variété d'établissements, chacun répondant à des besoins et des attentes spécifiques.

- **Haute gastronomie:** Les restaurants gastronomiques, temples de la cuisine française et internationale, offrent une expérience culinaire raffinée et inventive.
- **Tradition et terroir:** Les restaurants traditionnels, présents dans chaque région, proposent des spécialités locales et des recettes authentiques, transmises de génération en génération.
- **Brasseries et bistrots:** Ces lieux conviviaux et chaleureux constituent des points de rencontre privilégiés pour savourer des plats savoureux et abordables.
- **Restauration rapide:** Le secteur de la restauration rapide, en pleine expansion, répond à la demande croissante de rapidité et de commodité.
- **Street food:** Phénomène en vogue, la street food propose une variété de plats du monde entier, préparés dans des stands ambulants et servis à des prix attractifs.

La gastronomie francophone est un véritable trésor, offrant une multitude de saveurs et de textures. La cuisine française, renommée pour son raffinement et sa sophistication, se distingue par ses sauces élaborées, ses techniques culinaires précises et ses produits de saison.

La francophonie étant ouverte sur le monde, ses cuisines intègrent des influences et des saveurs venues d'Afrique, d'Asie, d'Amérique et d'ailleurs, créant une mosaïque culinaire unique. Chaque région francophone met en valeur ses produits locaux, tels que les fromages, les charcuteries, les vins, les fruits et légumes, contribuant à la diversité et à l'authenticité des plats.

Le secteur de la restauration est en constante évolution, marqué par l'émergence de nouvelles tendances qui influencent les goûts et les pratiques des consommateurs. La prise de conscience croissante des enjeux environnementaux et de santé incite les restaurateurs à proposer des options plus saines et durables, privilégiant les produits bio, locaux et de saison.

Les restaurateurs s'adaptent aux attentes des clients en offrant une expérience personnalisée et interactive, à travers des menus originaux, des services de livraison à domicile et des plateformes de réservation en ligne.

Le secteur de la restauration s'approprie les technologies numériques pour optimiser la gestion des stocks, la communication avec les clients et la promotion des établissements.

Conclusion. Le secteur de la restauration n'est pas exempt de défis, qui nécessitent des solutions innovantes et durables.

34. Vers une restauration durable et responsable

Milana Kopiika, Svitlana Musiichuk

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Introduction. La restauration a un impact significatif sur l'environnement, notamment en termes de gaspillage alimentaire, de consommation d'énergie et d'émissions de gaz à effet de serre. Il est crucial de développer des pratiques durables pour minimiser cet impact et contribuer à la protection de la planète.

Matériels et méthodes. L'étude a utilisé des méthodes telles que l'étude de la littérature, l'analyse, la généralisation, la systématisation, l'observation.

Résultats. Plusieurs leviers d'action sont disponibles pour réduire l'impact environnemental de la restauration comme choisir des produits locaux et de saison, interdire totalement l'utilisation des produits en plastique à usage unique, optimiser les conditionnements et les ustensiles ou encore bien gérer les quantités pour éviter tout risque de gaspillage.

- **Lutte contre le gaspillage alimentaire:** Des initiatives et des technologies existent pour réduire le gaspillage alimentaire, comme la planification des stocks, le don de surplus alimentaires et la valorisation des invendus. Évitez le gaspillage en gérant au mieux les quantités : proposez des sacs pour les restes secs à emporter ou donnez les excédents à une association d'aide alimentaire (Restos du cœur, Secours populaire, Le chaînon manquant...).
- **Approvisionnement responsable:** Privilégier les circuits courts, les produits locaux et biologiques permet de réduire l'empreinte carbone de la restauration et de soutenir les agriculteurs locaux. L'utilisation **des aliments de saison**, issus de l'agriculture biologique, permet d'éviter des transports ou la culture sous serres chauffées, activités particulièrement consommatrices d'énergie. Sélectionnez les filières et les prestataires respectueux d'une démarche de développement durable à différents niveaux : choix d'aliments et de boissons biologiques ou issus de productions locales...
- **Engagement social et solidaire:** La restauration peut jouer un rôle dans l'insertion sociale et professionnelle des personnes en situation de précarité.
- **Solutions et initiatives**
- **Labels et certifications:** Des labels et certifications existent pour valoriser les pratiques durables et responsables dans la restauration, comme le label Ecocert pour l'agriculture biologique et le label Fairtrade pour le commerce équitable.
- **Collaboration et partage de bonnes pratiques:** La collaboration entre les acteurs du secteur, des associations et des pouvoirs publics est essentielle pour développer et diffuser des solutions durables.
- **Sensibilisation et éducation des consommateurs:** L'éducation des consommateurs à une consommation responsable et durable est un élément clé pour faire évoluer les pratiques de la restauration.

Conclusion. La restauration dans les pays francophones est un secteur dynamique et diversifié, riche en traditions et en innovations. Face aux défis environnementaux, économiques et sociaux, il est crucial de s'orienter vers un modèle de restauration durable et responsable, qui allie plaisir gustatif, respect de l'environnement et engagement social. En s'adaptant aux nouvelles tendances et en adoptant des pratiques durables, la restauration francophone peut continuer à jouer un rôle central dans la vie quotidienne et le développement des sociétés francophones.

35. Translation of technical terminology of distillation processes

Kostiantyn Omelianenko, Oksana Grynevych

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The articles of Ukrainian scientists in English-language journals were analyzed. It was found that the terms of the fermentation industry are often translated incorrectly, and therefore are incomprehensible for native speakers.

Materials and methods. Analysis of the English-language scientific information of Ukrainian scientists and English native speakers, the survey of native speakers.

Results and discussion. The use of incorrect terminology is explained by providing examples of terms translated literally by Google Translate.

Typical translation mistakes are as follows:

Бражка is a mixture of alcohol, water, yeast, and impurities. Google Translate often translates the word as *marsh*, but the correct translation equivalent is *beer*.

Куб is an apparatus in which the initial mixture boils. The correct translation equivalent is *still*. The word “distillation” comes from the word *still*.

Перегонка, проста перегонка is *distillation* or *classical distillation*.

The correct translation equivalent of the word *ректифікація* is *continuous distillation*. Google Translate translates the word as *rectification*. However, the word is of German origin. It is not used in Standard English terminology.

Ректифікаційна колона is a *distillation column* or a *distillation tower*.

Флегма is a part of a condensate returning to a still or column. Google Translate translates the word as *phlegma*. The term is probably of German origin. English speakers do not understand this word. As a result, it causes funny associations. The correct translation equivalent is *reflux*.

Google Translate translates the word *дефлегмація* as *dephlegmation*. This word sounds weird to native speakers. Scientific sources use the term *reflux*.

Depending on the construction the term *дефлегматор* should be translated as *condenser*, *reflux drum*, or *return cylinder*.

Шолом is a reflux device under a still. It should be translated as *pot*. The word *helmet* is an incorrect translation equivalent.

The correct translation equivalent of the word *пара* is *vapor* or *vapour*. Google Translate translates the word as *steam*. However, “steam” stands for vapor with water droplets, such as a cloud. It can also come out of a kettle. So, we can see it. Vapor is pure steam. It is invisible.

Сиром should be translated as *alcohol*. *Spirit* is an incorrect translation equivalent.

The Ukrainian word *тарілка* is a contact device of the *distillation column*. There are 2 correct translation equivalents of the word. They are *plate* or *tray*. The word *tray* is more often used in scientific and technical literature.

Conclusion. Proofreading is essential when translating with the help of Google Translate. Correct terminology in English-language publications will create a positive image of Ukrainian scientists.

References

1. Теличкун В.І., Теличкун Ю.С., Губеня О.О., Стефанов С.В., Дамянова С.Т. (2023), *Технологічне обладнання харчових виробництв: Навчальний посібник*, Видавництво «Сталь», Київ.
2. Available at: <https://en.wikipedia.org/wiki/Distillation>

24.2.

English for Business and International Communication

Chair – Yuliana Malyk

Secretary – Nataliia Duzhyk

24.2.

Ділова англійська мова і міжнародна комунікація

Голова – Юліана Малик

Секретар – Наталія Дужик

1. Long-term effects of the war in Ukraine on its ecology and agriculture

Iryna Harkavenko, Olha Nykytenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The war in Ukraine has had profound impacts on its ecology and agriculture, with significant consequences for the environment and food security.

Materials and methods. Empirical and theoretical methods of scientific research were used in the writing process.

Results. The conflict has caused extensive environmental damage, including pollution of rivers and lakes, chemical contamination of air, water and soil, destruction of forests, and rendering large areas of agricultural land unusable due to shelling and landmines. Intense bombardment and shelling have rendered vast areas of farmland unusable, littered with debris, holes, and unexploded ordnances, making it impossible for farmers to cultivate their fields. Landmines and unexploded ordnance have contaminated 30% of the country, posing risks to human health and the environment [1]. Apart from that, the war has disrupted agricultural activities, with farmers unable to tend to their fields and facing challenges such as damaged machinery, infrastructure, and storage facilities. The destruction of the upper fertile layer of the soil, which has been formed for centuries, occurs as a result of explosions of rockets, artillery shells of various types, high-explosive aerial bombs, drones, shells of various types of MLRS, "vacuum" bombs, etc. Soils lose their fertility due to changes in their physical, chemical, and physicochemical properties. War accelerates this process. The destruction of fertile farmland in Ukraine, historically crucial to global food systems, has raised concerns about long-term consequences on agriculture and food production. Additionally, the destruction of the Kakhovka Dam on 6 June 2023 led to the flooding of downstream communities, resulting in the evacuation of populations and a need for humanitarian assistance. The floodwaters carried millions of tons of oil, sediment, pesticides, debris, and chemicals downstream towards the Black Sea, posing a risk of ecological disaster by degrading water quality and contaminating groundwater and farmland. Villages were flooded, roads and irrigation canals were washed away, and crops in fields and orchards were inundated, leading to significant agricultural losses in regions like Kherson and Zaporizhzhia. The loss of irrigation infrastructure has rendered farmland unusable and vulnerable to soil erosion. Apart from that, the loss of the dam's reservoir has dried up once-irrigated farmland, making it more susceptible to arid conditions and dust storms. The agricultural region that depended on the dam for water faces long-term challenges in maintaining productivity and sustaining rural livelihoods.

The disruption of water supply from the dam has affected agricultural production, with fields left uncultivated due to destroyed canals and drained reservoirs. This has led to reduced harvests, impacting food security locally and potentially globally. The destruction of the dam has caused irreversible damage to habitats, wildlife, and ecosystems. The contaminated water and toxic mix released into the environment will have long-lasting effects on biodiversity and natural resources.

Conclusions. The environmental impact of the war is expected to be felt for years, affecting water resources, soil quality, and biodiversity. These findings underscore the urgent need for environmental recovery efforts and sustainable agricultural practices in Ukraine to mitigate the long-lasting effects of the war on its ecology and agriculture.

References

3. Hryhorczuk, D., Levy, B.S., Prodanchuk, M. et al. (2024). The environmental health impacts of Russia's war on Ukraine. *J Occup Med Toxicol*, 19, 1.

2. Edge computing in the automation of production processes

Pavlo Kreschenko, Nataliia Duzhyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Edge computing plays an increasingly important role in industrial automation, providing fast and reliable data exchange. This why it is important to examine the status and prospects of edge computing in industrial automation.

Materials and methods. To prepare this report, an exhaustive review of the literature on edge computing in industrial automation was conducted using databases, such as IEEE Xplore, ACM Digital Library, ScienceDirect, and others. Based on the collected data, a detailed analysis of the architecture, challenges and prospects of edge computing in industrial automation was carried out.

Results. The review of the literature revealed that the number of publications on edge computing in industrial automation has been growing every year, which is indicative of the growing interest in applying edge computing to industrial automation.

Edge computing is a promising technology for industrial automation because it can significantly reduce data processing time, increase equipment reliability, and reduce data transmission costs. It can also provide more reliable hardware operation by allowing processing data locally, without the need to transfer data to cloud systems. This is especially important for applications where speed and reliability of data processing are critical, such as those in quality control systems or in security-related applications.

The architecture of edge computing in industrial automation consists of edge devices, gateways, controllers, and cloud systems. These components must be standardized and compatible with each other, which is one of the major challenges and obstacles to using edge computing in industrial automation. Edge computing is impossible without reliable and secure operation of edge devices, effective data management strategies, and interoperability between different edge devices and systems. In addition, significant research efforts are to be made in a number of directions, namely in development of new data processing algorithms at the edge, in improvement of software and hardware for edge computing, as well as in integration of edge computing with other technologies, such as artificial intelligence, machine learning, and the Internet of Things. It also follows from our review that further study is necessary for a number of other topics, such as the development of effective data management strategies, the reliability and security of edge computing, and the development of standards and protocols for interoperability between edge devices and systems.

Conclusion. Edge computing has a great potential to improve the efficiency and competitiveness of enterprises by automating production processes. In particular, it can provide a significant reduction in data processing time and an increase in equipment reliability.

However, further research and development are required to exploit the benefits of edge computing in full. It is necessary to develop effective strategies for the implementation of edge computing in industrial automation, which would take into account the challenges associated with the reliability, security and compatibility of edge devices and systems.

It is also necessary to continue developing effective algorithms for data processing at the edge and software and hardware tools for edge computing.

3. Efficiency of milk storage using membrane filtration

Maksym Shramko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The use of membrane filtration in milk storage is important for increasing the efficiency of the process and ensuring its quality.

Materials and methods. The analysis concentrates on the qualities of raw milk with various levels of bacterial contamination. The methodology included membrane filtration using membranes with controlled pore size.

Results. The effectiveness of membrane filtration in milk storage has been confirmed at various stages. Starting with the reduction of microbial contamination, it was found that the use of this technology can reduce the number of bacteria and other microorganisms in milk by 30%. This proves that membrane filtration is highly effective in reducing microbial contamination of the product.

Further research has shown that membrane filtration affects the shelf life of milk. Milk treated with this technology has a 20% longer shelf life compared to standard storage methods. This means more time for transportation and sales, which is an important factor in maintaining product quality.

The study also revealed the impact of membrane filtration on the nutritional properties of milk. This technology has helped to preserve proteins, vitamins and minerals in milk at an optimal level, which is a key aspect for ensuring the nutritional value of the product.

Automated membrane filtration enables labor savings. A 25% reduction in labor costs confirms that this method is not only efficient but also cost-effective for manufacturers.

In general, the results obtained indicate the prospects and importance of implementing membrane filtration in the dairy industry. It can be a key factor in improving the quality and safety of dairy products, as well as ensuring their long and stable shelf life.

Membrane filtration is a liquid purification technology based on the use of membranes that allow liquid to pass through them but retain solid particles, microorganisms and other contaminants. The basic idea is to create a barrier that allows only clean liquid to pass through, separating it from contaminants.

Despite its efficiency, membrane filtration has some potential drawbacks. First, it can be costly, especially when the volume of material being processed is large. In addition, membrane clogging and contamination can lead to reduced process efficiency and the need for frequent membrane replacement. Some membranes can also be vulnerable to aggressive chemical environments, which limits their use in some industries.

Thus, although membrane filtration is a powerful tool for ensuring product quality and safety, it is important to consider and manage its potential drawbacks and limitations during its implementation.

Conclusion. The results of the study indicate the significant potential of membrane filtration as an effective method for improving milk quality and storage in the dairy industry. This method allows to increase the shelf life of dairy products, reduce losses due to spoilage and ensure high quality of the product for consumers.

References.

Polshettiwar, Vivek, Vivek B. Athawale, and Kailas L. Wasewar. (2018). Membrane filtration in dairy industry: A review. *Membranes* 8.4, 108.

Scientific advisor: Nataliia Duzhyk

4. Using digital technologies to ensure safety in agrifood processing

Karina Burlaka

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Due to climate change and human population growth, one of the biggest problems today is insufficient quantity and quality of food. And this problem will become even more large-scale and critical. Digitization is seen as one of the options to prevent this problem.

Materials and methods. The objects of the study were smart cottages, cloud computing, blockchain and remote monitoring. The analysis was conducted on the basis of the experience of implementing the latest technologies in agribusiness. The result of the work is the determination of the feasibility of implementing digital technologies.

Results. In agri-food processing, the integration of digital technologies is not just a supplement, but rather a transformative force that is critical to ensuring that safety standards are not only met, but continuously maintained. From the very beginning of production to the moment the food reaches the consumer's table, the implementation of digital solutions offers a comprehensive and dynamic approach to overcome potential hazards and improve overall safety standards at every stage of the process.

The leading technologies of the digital revolution are IoT (Internet of Things) sensors, blockchain and AI (artificial intelligence) systems, each of which makes a unique contribution to improving the safety standards of agricultural processing. IoT sensors integrated into equipment and premises monitor environmental factors such as temperature and humidity. These sensors quickly detect any abnormalities, instantly notifying operators of impending danger long before it escalates into a large-scale problem with inevitable consequences.

Meanwhile, the implementation of blockchain technology is revolutionizing transparency and accountability in the agri-food industry. By providing an immutable record of every step along the supply chain, from farm to processing plant to the hands of the consumer, blockchain provides reliable traceability. This not only strengthens food safety measures, but also enables quick and accurate recalls in the event of contamination or other emergencies, protecting public health with unprecedented efficiency.

The emergence of artificial intelligence-driven systems heralds a new era of predictive analytics and preventative security measures. These sophisticated systems scrutinize vast data sets, identifying subtle patterns and predicting potential security threats with exceptional accuracy. Using the power of machine learning algorithms, these AI systems not only detect abnormalities, but also prescribe preventive measures to mitigate risks, thus effectively preventing foodborne illness and ensuring the well-being of consumers.

Conclusions. Digital technologies go beyond simple security measures. For processors of agricultural products, the implementation of these innovations leads to optimization of work and a significant reduction in costs. By minimizing recall, compliance and reputational costs, digital infrastructure is not just a necessity, but a strategic asset, enabling companies to maintain the highest security standards while thriving in a highly competitive marketplace.

References

1. Roy Choudhury, Nandini. (2022, August 8). Advances in Digital Technologies for Food Safety. *Food Safety Magazine*.
2. Onwude, D. (2023, December 11). What is the role of digitalization for sustainable agri-food system? *Base*.

Scientific advisor: Andrii Ulishchenko

5. Cyber security in automated systems and Industry 4.0 with blockchain

Vlad Yurin, Nataliia Duzhyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Cyber security in automated systems and Industry 4.0 enabled by blockchain technology presents some viable solutions to current manufacturing problems.

Materials and methods. To obtain insights into modern industry demands, an analysis of current research and publications on cyber security in automated systems and Industry 4.0 was conducted. The security methods used in these systems, including blockchain technology, were studied.

Results. In today's world, the role of the automated system and Industry 4.0 is extremely important. The development of new technologies is inevitably linked to cyber security issues because cybersecurity is a critical aspect in Industry 4.0, where automated systems' presence and networking have been more and more increasing. Blockchain technology is one of several available solutions to provide protection. Blockchain ensures data security by creating immutable blocks of data that are stored on a distributed network of computers.

One of the main principles of blockchain is data immutability. Once confirmed when sent, the block of data remains unchanged and cannot be edited or deleted without confirmation from all network participants.

Data in the blockchain is stored on a distributed network of computers, which makes it less vulnerable to centralized attacks. Attacks on centralized servers are often the main threat to data security, but blockchain reduces this threat by distributing data across the network.

Blockchain uses cryptographic methods to protect data, including encryption and digital signatures. This allows users to save data in an encrypted form and verify the authenticity of users and transactions.

But this technology also has its disadvantages.

- Blockchain may have limitations on transaction processing speed and network scalability. This can become an obstacle to the implementation of large-scale projects in Industry 4.0.

- Some blockchain networks, especially those that offer Proof of Work, can consume significant amounts of electricity to process transactions, resulting in a large carbon footprint.

- In some cases, the use of blockchain may violate data privacy, most transactions are stored in a public ledger and are viewable by all network participants.

- Development and implementation of blockchain solutions can be a technically complex process that requires specialized knowledge and resources.

Conclusion. Cyber security in Industry 4.0 is critical. Blockchain technology can be used as an effective means of protection against cyber threats, ensuring data immutability and system stability in the digital environment.

References

Shah, J.K. et al. (2023). "Industry 4.0 Enabled Smart Manufacturing: Unleashing the Power of Artificial Intelligence and Blockchain." 1st DMIHER International Conference on Artificial Intelligence in Education and Industry 4.0 (IDICAIEI), Wardha, India, 2023, 1-5.

6. Digital transformation in banking: How Information Technology is transforming the financial world and changing our financial habits

Vladyslav Bozhko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The bank of the future is not about new methods of saving prices, paying bills and obtaining loans. It is an opportunity to use banking services anywhere and at any time, adapted to our habits and lifestyle.

Materials and methods. Such as scientific conceptualization, amalgamation, scrutiny, projection, juxtaposition, and a deductive approach were applied, drawing from my own working experience in a fin-tech company. The examination was employed to delineate the benefits and challenges of digitalization in banking, outlining the principal merits of it.

Results. Artificial Intelligence, Big Data, Internet of Things, Blockchain, Robo-Advisors bid defiance to conventional banking frameworks, changing the financial ecosystem and the future of banks. The discourse pertains to the emergence of new entities – neobanks (fin-techs) - that operate solely in a digital format without traditional banking outlets.

The global reduction in bank branches, a strategy to lower operational costs, can decrease such expenses by 30-50% through digitalization, as per Citi's analysis. But, this trend may lead to a 10-30% decline in bank revenues due to increased competition and transparency.

At the same time, big investment or e-commerce companies can use technology and data to provide retail banking services. For example, Alibaba and Tencent have their own banking licenses and high penetration of the financial services market (200 million daily transactions), including retail banking. Having a huge client base (1.3 million clients), they quickly conquer the market of banking services. However, in July 2023, the Chinese government fined Ant Group 7.12 billion yuan (\$985 million) for violating laws and regulations related to corporate governance, consumer protection and Anti-Money Laundering (AML) requirements.

It is established that to mitigate risks, there is a growing trend of increased investments, particularly in the field of artificial intelligence (AI). Due to the integration of AI, the scope of surveillance for potentially illicit financial transactions expands significantly, achieving a tenfold growth in monitoring capabilities. In essence, the emphasis lies in the development of anti-fraud protection mechanisms, wherein the bank detects unusual client behaviour and intervenes to halt such transactions. Additionally, efforts are directed towards the implementation of AML measures to forestall illegal money laundering activities.

For enhanced convenience, AI is poised to propose specialized credit solutions to clients, aligned with their evolving needs, as discerned from their financial behaviours. Furthermore, AI is positioned to provide assistance in investment decisions by curating products tailored to individual clients and autonomously making decisions on behalf of the bank's specialists.

In Ukraine, there is also the possibility of linking several cards (Cash'in), when the client can add cards of other banks to the application and replenish them, available at eight banks. Instead, payment of bills from cards of other banks tied to the application (Pay'out) is only one out of ten. And if banks open their APIs to each other, they can improve the customer experience and become as flexible as non-banks.

Conclusions. Customers now seamlessly integrate banking into their daily lives through the incorporation of financial products and transactional support. These elements ensure the utility and security of banking, aligning with its capacity to meet our specific financial needs.

References

King, Brett. (2022). Bank 4.0. *Banking Everywhere, Never at a Bank*, 14-26.

Scientific advisor: Andrii Ulishchenko

7. The usefulness of a website for a business

Valya Yatsenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In the contemporary digital era, possessing a website for any business is a fundamental requirement. A meticulously crafted and appropriately optimized website stands as a potent instrument for showcasing products or services, cultivating brand trustworthiness, and establishing a robust online presence.

Materials and methods. A range of methodologies was utilized: Scientific abstraction (in conceptualizing the role of websites within modern business paradigms); synthesis (the consolidation of insights regarding the advantages); analysis (to scrutinize both the merits and demerits of integrating websites into business strategies); extrapolation (forecasting the potential influence of website implementation on business expansion); comparison (to evaluate the performance disparities between businesses with and without websites); deductive method (to derive logical inferences based on the amassed data).

Results. A website is one of the most effective tools for attracting new customers. It can be optimized for search engines, allowing you to improve your business's ranking in search results. Furthermore, various tools can be utilized on it to capture the attention of potential customers, such as promotions, discounts, and bonuses.

A website is a vital branding tool. Through it, you can create a recognizable image of your company and inform potential customers about your work. Additionally, you can use your logo and corporate style on your website, helping to establish a stronger and more recognizable brand.

Additionally, a website provides an opportunity to reach a global market and can help any business stand out among competitors and attract more customers from different countries.

The analysis uncovered that businesses with robust online presences experienced heightened visibility, augmented brand recognition, and improved customer interactions compared to those lacking an online footprint. Furthermore, businesses equipped with websites exhibited superior adaptability to evolving market dynamics and shifting consumer preferences, thus gaining a competitive edge in the digital sphere. Having a website is a competitive advantage for your business.

Conclusions. To sum up, the findings underscore the meticulously developed website serves as a virtual storefront, offering businesses a cost-effective means to engage with their target demographic. As businesses embrace digital transformation, prioritizing the development and optimization of their websites becomes paramount for sustained success and longevity. Therefore, businesses should channel resources towards enhancing their online presence to leverage the diverse opportunities afforded by the digital realm.

References

1. <https://ag.marketing/blog/10-sposobiv-vykorystannia-veb-analityky-z-korystiu-dlia-biznesu/>
2. <https://seo-evolution.com.ua/blog/razrabotka/10-prichin-naynyati-profesiynu-kompaniyu-z-rozrobki-web-saytiv>
3. <https://repair.lviv.ua/dlya-chogo-potriben-slasnij-biznes-sajt/>
4. <https://krakatets.pro/10-prychyn-chomu-kozhnomu-biznesu-potriben-svij-sajt.html>

Scientific advisor: Yuliana Malyk

8. Advertising campaign for the National University of Food Technologies

Vladyslava Nizovskyykh, Yuliana Malyk

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. Among today's challenges, there is a need to develop solutions aimed at the development possibilities of a modern educational institution. The National University of Food Technologies (NUFT) is a leading Ukrainian university in the field of food science and technology. In recent years, the university has faced the problem of a decrease in the number of applicants. The challenges faced by the higher education system of Ukraine due to the consequences of the pandemic and the war, and the demographic situation in Ukraine - all this caused the relevance of a powerful advertising campaign.

Materials and methods. The aim of this research is to develop an advertising campaign that will increase the number of applicants to NUFT, especially young researchers. The study was conducted using a combination of methods, including: analysis of the current state of the advertising market in Ukraine; analysis of the target audience of NUFT; SWOT analysis of NUFT; development of an advertising campaign concept; testing of the advertising campaign concept.

Results and discussion. The study showed that the target audience of NUHT is young people aged 16-23 who are interested in food science and technology. The SWOT analysis showed that NUFT has a number of strengths, including a strong reputation, highly qualified teachers, modern equipment and innovative approaches in the educational process. However, the university also has a number of weaknesses, including a lack of brand awareness and a weak advertising campaign. This study is devoted to the development of the concept of an effective advertising campaign, which is based on the following ideas:

- The advertising campaign should focus on the benefits of studying at NUFT, such as the high quality of education, the employment prospects, and the opportunity to participate in international research projects.
- The advertising campaign should use a variety of channels, including television, radio, the Internet, and social media.
- The advertising campaign should be targeted at the audience that studies at school or young researchers that looking for a new education.

The advertising campaign concept was tested on a group of potential applicants (74 people aged 16-23). The respondents' answers proved the necessity and expediency of conducting active events that will contribute to the popularization of the educational institution. The test results showed that the concept is effective in the modern conditions of the higher education system development. Implementation of the mentioned concept is likely to increase the popularity of NUHT and increase the number of future entrants.

Conclusions. The developed advertising campaign is an effective means of increasing the number of entrants to NUFT, which in turn will ensure the provision of high-quality, modern, individually oriented education in accordance with the requirements of society, individual requests and the needs of the state.

References

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.).
2. Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (2019). Advertising: Principles and practice (9th ed.). Pearson.

9. Foreign experience in the use of neuromanagement

Mariia Svyrydenko, Yuliana Malyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Neuromanagement is considered as a relatively new field that combines principles of neuroscience with management practices to enhance leadership effectiveness, decision-making, and employee engagement.

Materials and methods. Theoretical and methodological basis of the research is a system of general scientific and special methods, which include analysis and synthesis. There also were studied different publications and reports in the field of management based on neuroscience.

Results. Neuromanagement (also known as neuroleadership or neurocoaching) is a radically new approach to personnel which is based on research about the human brain. The latest studies carried out in different countries give us more effective methods of human resource management

The United States as a pioneer in this field has witnessed the widespread implementation of neuromanagement principles in various fields. American companies have been integrating neuroscience knowledge and insights into leadership development programs, decision-making processes and employee training initiatives.

Japan, where culture values are continuous improvement and innovation, has been also exploring the use of neuromanagement in business. Japanese companies are incorporating neuroscience findings into leadership development programs, decision-making processes, and employee training to improve organizational effectiveness and foster a positive work culture.

Canadian companies in sectors such as information technology, health care and finance have been using neuroscience data to improve management decision-making, foster innovation and create a supportive work environment.

Australian organizations are showing a growing interest in neuromanagement as a means of improving productivity and innovation in the workplace. Different business in finance, healthcare and education have been using neuroscience data to develop leadership skills, improve communication strategies and promote employee well-being.

South Korea, known for its highly competitive business environment and focus on technological innovation, is also showing an active interest in neuromanagement. South Korean companies have begun to explore leadership practices through neuroscientific research to stay ahead of the global market.

In Brazil, there is growing recognition of the potential of neuromanagement to address leadership challenges and improve organizational performance. Brazilian companies are implementing neuroscientific approaches in talent management, employee training and change management initiatives to achieve business success and increase employee engagement.

Conclusions. Thereby, the above demonstrates the global interest in neuromanagement and its potential to improve organizational performance and employee well-being across cultural and business contexts.

References

1. Teacu Parincu, A. M., Capatina, A., Varon, D. J., Bennet, P. F. & Recuerda, A. M. (2020). Neuromanagement: the scientific approach to contemporary management. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, No 14 (1), 1046-1056.

10. The effectiveness of the PEST- analysis for studying the external environment of the enterprise

Mariia Dukhnovska, Olena Harkusha

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The analysis of the external environment of an enterprise provides information in the context of such important issues in terms of the efficiency of the enterprise's functioning as a list of existing and potential risks, threats and opportunities, changes expected for the industry and the company, the main strategic problems of the enterprise, a list of strategic changes and measures that will prevent or minimise the negative impact of risks and threats and make the most of favorable opportunities.

Materials and methods. The study used general scientific methods, system analysis and information search.

Results and discussion. The situation with the use of various procedures, methods, actions and decisions regarding the strategic analysis of the external environment is complicated when we turn to attempts to implement the theory of strategic management and strategic analysis at domestic enterprises. In modern conditions, enterprises use methods of strategic analysis that allow entities to improve their development strategies in the direction of competitive growth.

PEST analysis is a strategic analysis of political, economic, social and technological factors of the enterprise's external environment. The results of the PEST analysis allow to assess the external political, economic, social and technological situation and to predict its impact on the production and commercial activities of the enterprise [1, p. 87].

Stages of PEST analysis: - development of an extended list of factors to be analysed within each group: political, economic, social and technological. This stage involves identifying the factors that will have a significant impact on the future performance of the company under analysis as well as determining the significance and degree of influence of each of the identified factors. At this stage, the strength of influence of each factor should be determined on a point scale; assessing the probability of a factor change on a point scale is based on an expert survey. In the analysis, it is advisable to use a 5-point rating scale, where 1 - the probability of changing the factor is almost non-existent; 2 - low probability; 3 - medium probability; 4 - high probability; 5 - the ultra-high (maximum) probability of change; assessment of the real significance of the factors, which involves calculating a weighted assessment of the impact of the factors. In this analysis, this is the calculation of a weighted score by adjusting the influence of the factors on the average expert score; distribution of all the factors from the expanded list in descending order of actual importance. This distribution is made for clarity, since the higher the real significance of a factor, the more attention should be paid to controlling its changes.

Conclusion. Based on the study, it is necessary to conclude that the PEST analysis is simple, convenient and effective for studying the external environment of the enterprise. Prospect for further research is the use of modifications of the PEST-analysis (SLEPT-analysis, PESTLE-analysis, STEEPLE-analysis) to increase the level of adaptation of the analysed enterprise to the impact of the external environment and to form an effective strategy for its development on this basis.

References

1. Kashyrnikova, I.O. (2016). An approach to determining the influence of external factors on the management of the innovative potential of a construction company. *Investments: practice and experience*, vol. 7 (201), 86–92.

11. Teenagers' attitude towards early employment

Valeria Malorod, Yuliana Malyk

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. From year to year, the problem of the teenagers' employment becomes one of the most urgent in the modern development of Ukraine. Teenagers form the basis of the country's future labor potential. This topic is especially important for HR managers who work and will work with teenagers.

Materials and methods. A variety of psychological publications, reports and articles were studied, which refer to examples of effective involvement of teenagers in professional activities. A survey of teenagers (aged 17-19) was also conducted to understand why they start working at an early age and how it helps them later in life.

Results. A survey of 17-19-year-olds was conducted in order to study the motivation and need to start work in adolescence. A total of 58 people (36 girls and 22 boys) were included in the study. 5 questions were proposed, 3 of them structured in such a way that the respondents could give an unambiguous answer ("yes" or "no") and there were 2 open questions. The generalized results of the survey made it possible to analyze the general trends of the beginning of local relations between teenagers and companies.

To the question "why do they work?" 50% of young people said they needed their own pocket money, 30% said they wanted financial independence from their parents, and 20% said they worked to gain experience for a good job in the future. A small number of respondents believe that teenagers should help their parents when it is necessary; another believes that parents or educators should support them.

In addition, during the survey, young people shared what they consider the best job for them before receiving special education. For example, they said that online work would be ideal for introverts; and extroverts prefer face-to-face work, such as barista, waiter or receptionist professions.

In addition to advantages in the work of young people, there are also disadvantages, in particular, psychological stress. Some employers place too many responsibilities on young people. Experts note that teenagers, who work, as a rule, have lower grades in educational institutions and inactive social behavior. Without the help of a psychologist, the fragile psyche of the younger generation can suffer.

Conclusions. Summing up, it can be assumed that in modern conditions most teenagers try to earn a living on their own. The work is definitely useful for everyone. It helps to understand the true value of money, but it is better when young people are sure that they can perfectly combine everyday life, study and work without health and mental problems. This should be taken into account by specialists who work with the younger generation, including HR managers, social workers and social educators. This approach will contribute to the formation of the personality of future specialists.

Наукове видання

90-та Міжнародна наукова конференція молодих учених, аспірантів і студентів

"Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті"

11–12 квітня 2024 р.

Частина 3

Національний університет харчових технологій
01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.