



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



**VIII ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ,
ПРИСВЯЧЕНА 135-РІЧЧЮ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

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

19-20 березня 2019 р.

Київ НУХТ 2019

Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 135-річчю Національного університету харчових технологій «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 19 - 20 березня 2019 р. – К.: НУХТ, 2019 р. – 245 с.

Видання містить матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 135-річчю Національного університету харчових технологій «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі».

Розглянуто готельна і ресторанна сфера – інновації та тренд; інноваційні технології ресторанної і аюрведичної продукції; інноваційні напрями та форми розвитку туристичної сфери.

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

Організаційний комітет конференції:

Голова оргкомітету:

Українець А.І. ректор Національного університету харчових технологій, доктор технічних наук, професор

Заступники голови:

Шевченко О.Ю. проректор з наукової роботи Національного університету харчових технологій, доктор технічних наук, професор

Доценко В.Ф. декан факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Національного університету харчових технологій, доктор технічних наук, професор

Члени оргкомітету:

Нєміріч О.В. завідувач кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій, кандидат технічних наук, доцент

Арпуль О.В. доцент кафедри готельно-ресторанної справи Національного університету харчових технологій, кандидат технічних наук, доцент

Басюк Д.І. завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій, доктор економічних наук, доцент

Галинська О.М. виконуючий обов'язки завідувача кафедри іноземних мов професійного спрямування Національного університету харчових технологій, кандидат філологічних наук, доцент

Секретар:

Кузьмін О.В. доцент кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій, кандидат технічних наук

Рекомендовано Вченою радою НУХТ

Протокол № ____ від « » березня 2019 р.

НУХТ, 2019

ЗМІСТ

Секція 1. «Готельна і ресторанна сфера: інновації та тренд»		12
1.	Абрамова А.Г., Коваль О.В., Хоменко А.А. Перспективні напрямки розширення анімаційних послуг у закладах готельного господарства.....	13
2.	Абрамова А.Г., Коваль О.В., Янішевський В.В. Перспективні напрямки розширення спортивно-оздоровчих послуг в індустрії гостинності.....	15
3.	Абрамова А.Г., Баранська А. Сучасний стан та міжнародний досвід організації сімейного відпочинку у підприємствах готельного господарства.....	17
4.	Амаріца Є.І., Кошова В.М. Вплив пряно-ароматичної сировини на фізико-хімічні показники пива.....	18
5.	Арпуль О.В., Мельник Ю.В., Пушка О.С. Energy Floor як нова технологія видобутку електроенергії в готелях України.....	20
6.	Арпуль О.В., Спільчук А.Ю., Доценко В.Ф. Шляхи розширення асортименту борошняних кондитерських виробів з листкового тіста.....	22
7.	Блощинська О.О., Бортнічук О.В. Роль «Soft skills» в сфері гостинності.....	24
8.	Гейнак О., Кирпіченкова О.М., Дочинець І.В. Розширення асортименту страв оздоровчого призначення в закладах ресторанного господарства.....	25
9.	Дочинець І.В. Тенденції розвитку ресторанного господарства.....	27
10.	Дочинець І.В. Сфера готельно-ресторанного бізнесу – напрями їх інноваційного розвитку.....	29
11.	Ковтун А.В., Шаран Л.О. Доцільність впровадження послуги індивідуального харчування для готельних підприємств.....	31
12.	Ковтун А.В., Ковбаса В.М. Дослідження гранулометричного складу сировини у виробництві формованих картопляних чіпсів.....	33
13.	Ковтун Ю.А., Коваль О.В. Використання масляних паст з комплексом нутрієнтів, що володіють гепатопротекторними властивостями у закладах готельно-ресторанного господарства.....	34
14.	Майорова Г.І., Комарницький Р.В., Булах Л.Г., Губеня В.О. Технологія бісквітного напівфабрикату, збагаченого кальцієм.....	35
15.	Маліневська О.О., Губеня В.О. Концепція туристичного готелю з музеєм гончарної справи.....	37

16.	Матюшенко Р.В. Система безпеки для екстрим-парків в готельних господарствах для відпочинку.....	38
17.	Матюшенко Р.В., Вознюк Т.О. Впровадження різночастотної терапії в готельному господарстві....	40
18.	Матюшенко Р.В., Голя А.С. Особливості «зеленого туризму».....	42
19.	Матюшенко Р.В. Особливості продукції геродієтичного призначення.....	43
20.	Матюшенко Р.В., Гусак А.О. Історія та еволюція глемпінгу.....	44
21.	Матюшенко Р.В. Перспективи застосування аюрведичних програм та послуг у вітчизняній індустрії гостинності.....	46
22.	Медвідь І.М., Шидловська О.Б., Доценко В.Ф. Доцільність використання структуроутворювачів у технології безглютенового хліба.....	47
23.	Мирошник Ю.А., Іщенко Т.І., Доценко В.Ф. Батлер, як Luxury послуга в сучасних готелях.....	49
24.	Нікітіна Т.А. Конкурентоспроможність готельного продукту.....	51
25.	Новікова В.В., Бондар Н.П. Сучасний підхід до розвитку національної гастрономії.....	52
26.	Поминчук І.Ю., Кирпіченкова О.М. Розширення спектру додаткових послуг у готелях.....	53
27.	Рідкоус В.В. Визначення тривалості зброджування безалкогольних напоїв бродіння в умовах закладів готельно-ресторанного господарства....	54
28.	Сахненко К.О., Сильчук Т.А., Назар М.І. Борошняні кондитерські вироби зі зниженим глікемічним індексом	56
29.	Сорочинська О.С., Дробот В.І. Збагачення безглютенових хлібобулочних виробів казеїном.....	58
30.	Цирульнікова В.В., Різник А.О., Тищенко О.М. Ягідна начинка для кондитерських виробів закладів ресторанного господарства.....	59
31.	Ющенко О., Люлька О.М., Губеня В.О. Системи віртуальної реальності в конференц-залах готельних підприємств.....	61
32.	Яненко Л.П. Постринкові особливості готельно-ресторанного бізнесу та туризму.....	63
33.	Lukianets H.H., Yevstafiev V. Training systems for staff in hotel industry.....	64
34.	Myroshnyk Y., Dotsenko V. Use of ultrasound power in the food industry.....	65

35.	Polumbryk M., Nahorna N. Surface morphology of the butter pasta, produced from isolates of plant origin.....	66
36.	Rohovets P., Sobin O. Innovative cleaning technology in the hotel industry.....	68
37.	Totska T.S. Marketing and management as a literary chaist of hotel restaurant business.....	70
38.	Volodchenkova D.V., Volodchenkova N.V. Features of the waiter.....	72
	Секція 2. «Інноваційні технології ресторанної і аюрведичної продукції»	73
1.	Авраменко М.М., Нєміріч О.В., Ющенко Н.М. Розробка композицій прянощів для аюрведичних солодощів.....	74
2.	Ашмаріна Г.Р., Матиящук О.В. Ведична архітектура – досконала система проектування.....	76
3.	Бажай-Жежерун С.А., Романовська Т.І., Антонюк М.М. Використання біологічно активованого зерна для виробництва оздоровчих продуктів.....	77
4.	Бакало Н.В., Устименко Д.В. Розвиток економічної системи на ринку ресторанного бізнесу.....	79
5.	Вайвала Р.В., Коваль О.А. Соеві продукти в інноваційних технологіях ресторанного господарства.....	81
6.	Воробйова А.М., Тригуб А.В., Коваль О.А. Український інноваційний кейтеринг.....	83
7.	Горбашенко А.П., Володченкова Н.В. Особливості організації охорони праці закладів ресторанного господарства.....	85
8.	Дейниченко Г.В., Золотухіна І.В., Кравченко Т.В., Дейниченко Л.Г. Розробка технології нового виду сиру.....	87
9.	Дітріх І.В., Єфимович П.Є., Ільчук Н.В. Використання капусти савойської як функціонального інгредієнту у рибних котлетах.....	89
10.	Дітріх І.В., Іскандарова І.Р. Використання плодів фізалісу для поліпшення органолептичних властивостей рибних страв.....	90
11.	Дітріх І.В., Капустян В.А. Салат чука як сировина для равіолі функціонального спрямування..	91
12.	Дітріх І.В., Решетник С.Р. Перспективи використання батату як функціонального інгредієнту.	92
13.	Дітріх І.В., Сомик О.О. Використання квашеної білокачанної капусти у рецептурі рибних котлет.....	93

14.	Дорохова Т.Д., Удворгелі Л.І., Корецька І.Л. Дослідження впливу горохової клітковини на енергетичну цінність борошняного кулінарного виробу.....	95
15.	Гончар Ю.М., Євдомах Т.І. Емульгувальна здатність напівфабрикату на основі згущеної молочної сироватки.....	97
16.	Коберник І.В., Стеценко Н.О. Перспективи створення пастили лікувально-профілактичного призначення.....	98
17.	Коваль О.А., Гадяк Н.Р., Іванов О.А. Барне устаткування майбутнього.....	99
18.	Коваль О.А. Індукційна інновація професійних кухонних плит.....	101
19.	Коробченко Ж.О., Польовик В.В., Корецька І.Л. Аналіз сучасних десертів.....	103
20.	Костенко А., Фурманова Ю.П. Нова технологія ароматної випічки у закладах ресторанного господарства.....	105
21.	Краснощоква К.П., Зуйко В.І. Удосконалення технології вівсяного печива функціонального призначення.....	106
22.	Краснощоква К.П., Польовик В.В., Корецька І.Л. Дослідження технологічних показників «шуму вершкового» на основі бананового пюре.....	107
23.	Кузьмін О.В. Розвиток наукових основ технології стабілізації якості алкогольної продукції.....	109
24.	Кузьмін О.В., Златєва К.В. Інноваційні технології водно-спиртових настоїв для виробництва сиропів.....	111
25.	Кузьмін О.В., Огійчук С. Характеристика видів фальсифікації сирів в Україні.....	113
26.	Литовченко М., Романченко Н.М. Харчові добавки та їх вплив на організм людини.....	114
27.	Лука А., Фролова Н. Композиція чаю чорного з відварами пряностей для осіб з домінуючою капха-дошею.....	116
28.	Любцова Ю.Л., Усатюк С.І. Дослідження показників зміни якості салатного соусу в процесі зберігання.....	118
29.	Мельник В.Ю., Кравчук Н.М. Використання сучасних трендів у харчуванні в закладах ресторанного господарства.....	120

30.	Михайленко В.М., Джиджора Н.І. Перспективи використання послуги «from farm to table» в закладах ресторанного господарства.....	122
31.	Мурзін А.В., Солтис І.О., Несен О.А. Використання пребіотика лактулози у виробництві маршмелоу.....	123
32.	Неміріч О.В., Михайленко В.М., Бережна Т.О. Удосконалення технології борошняних кондитерських виробів спеціального призначення на основі горіхового борошна.....	125
33.	Неміріч О.В., Михайленко В.М., Голік О.Д. Актуальність використання соєвого білку при виробництві страв з кисломолочного сиру.....	127
34.	Неміріч О.В., Михайленко В.М., Петровський І.С. Удосконалення технології борошняних кондитерських виробів спеціального призначення на основі горіхового борошна.....	129
35.	Неміріч О.В., Михайленко В.М., Брага Є.А. Інтерактивне кафе з інноваційною технологією обслуговування гостей.....	131
36.	Ничипорчук А.О., Володченкова Н.В. Безпека продуктів харчування у закладах ресторанного господарства.....	133
37.	Оксенчук В., Зуйко В.І. Удосконалення технології сирників з використанням нетрадиційної сировини.....	135
38.	Омельченко С.Б., Горальчук А.Б. Використання харчових добавок у технології кремів на основі вершків 15% жирності.....	136
39.	Очеретна А.В., Фролова Н.Е. Обґрунтування вибору жирів для визначення терміну придатності в харчових продуктах.....	138
40.	Павлюченко О.С., Дух К.В. Особливості використання прянощів в технології кулінарної продукції української кухні.....	140
41.	Павлюченко О.С., Іскандарова І.Р. Переваги бенкетів групи фуршет.....	142
42.	Павлюченко О.С., Польовик В.В., Бережна Т.О. Переваги використання електронного меню в закладах ресторанного господарства.....	143
43.	Павлюченко О.С., Таранишина І.Л. Бариста – фахівець з приготування кави та напоїв на її основі.....	144
44.	Павлюченко О.С., Шиш Н.І. Перспективи використання насіння кунжуту для збагачення продуктів харчування.....	145
45.	Пасічник Д., Фурманова Ю.П. Перспективи використання проростків зерна у закладах ресторанного господарства.....	146

46.	Пастух Г.С., Мартинюк А.С. Використання комбінованих пектинів у продукції оздоровчого спрямування.....	147
47.	Пастух Г.С., Мартинюк А.С. Одержання харчових волокон із вторинної сировини.....	149
48.	Пахальчук О., Фурманова Ю.П. Розробка технології пряного соусу на основі цитрусових.....	151
49.	Пешко Т., Романченко Н.М. Що повинен знати кожен про здорове харчування.....	153
50.	Роман Т.О. Особливості використання харчових барвників і пігментів.....	155
51.	Роман Т.О., Дейниченко Л.Г. Особливості застосування синтетичних і мінеральних харчових барвників.....	156
52.	Роман Т.О. Технологічні аспекти процесу сушіння печериць.....	157
53.	Романченко Н.М., Мар'ян О.І. Аюрведа – наука життя і довголіття.....	159
54.	Романченко Н.М., Пешко Т.І. Особливості індійської кухні.....	161
55.	Саламаха О.А., Корецька І.Л. Аналіз рецептурних компонентів фруктових начинок для пирогів...	163
56.	Сирда О.Є., Гавриш А.В. Перспективи удосконалення напівфабрикатів, що містять каротин та йод.....	164
57.	Слюсаренко В.В., Фролова Н.Е. Розробка пряних олійних сумішей за положеннями аюрведи.....	165
58.	Собуцька О.С., Зуйко В.І. Розширення асортименту збивних кондитерських виробів на основі рослинної сировини.....	167
59.	Солодко Л.М., Сімахіна Г.О. Визначення біологічної безпечності м'ясо-рослинних кулінарних виробів.....	168
60.	Сукало М., Силка І.М. Рішення спортивних задач згідно аюрведичної концепції.....	170
61.	Сухенко А.С., Кохан О.О. Розробка кос-халви підвищеної харчової цінності.....	172
62.	Фролова Н.Е., Очеретна А.В. Сучасні способи визначення термінів придатності ресторанної продукції та шляхи її розвитку.....	173
63.	Черниш І.В., Глєбова А.О. Екологічний посуд : економіка + екологія.....	175
64.	Шалімов М. Перспективи використання перетинок плодів гранату в технологіях лікувально-профілактичного харчування.....	177

65.	Шамшур А.Г., Кравчук Н.М., Польовик В.В. Удосконалення технологій десертів.....	178
66.	Шапаренко Д., Силка І.М. Хумус – історія, традиції та сучасні погляди на споживання.....	180
67.	Яненко Л.П. Синергетика безпеки та якості харчових продуктів.....	182
	Секція 3. «Інноваційні напрями та форми розвитку туристичної сфери»	183
1.	Баєв В.В., Гальонко І.О. Формування маркетингового плану туристичного підприємства.....	184
2.	Баєв В.В., Чепка Т.А. Економічна сутність управління доходами туристичних підприємств.....	185
3.	Баєв В.В. Менеджмент підприємств туристичної індустрії в умовах фінансової нестабільності.....	187
4.	Баєв В.В. Аюрведа як перспективний напрямок розвитку медичного туризму.	189
5.	Басюк Д.І., Іванова Д. Збутова діяльність підприємств туризму.....	191
6.	Басюк Д.І., Іванова Д. Збут туристичних послуг через інтернет-маркетинг.....	193
7.	Басюк Д.І., Петренко А. Асортиментна політика в ринкових умовах.....	195
8.	Басюк Д.І., Шишкіна Ю. Технологія та організація навчальних турів.....	196
9.	Батиченко С.П. Еногастрономічний туризм Валенсії.....	198
10.	Верес К., Дорощук Б. Удосконалення організації турів до Індії.....	200
11.	Візерська М.С. Мода на туризм.....	201
12.	Вощана М. Автоматизація діяльності туристичного підприємства з використанням чат-ботів.....	203
13.	Головань А.І. Використання інтернет-технологій при просуванні туристичних послуг на ринку.....	204
14.	Григор'єва Т. Психологічний портрет споживача послуг ділового туризму.....	205
15.	Заборовець Ю.Л. Естетика туризму як фактор впливу на психологічне здоров'я людини.....	206
16.	Івченко Л.О., Кодій Р.В. Оптимізація меню туристів за вмістом корисних речовин і	207

	мінімальною вартістю чека.....	
17.	Кирковська Б. Організація роботи туристичного оператора з туристичними агенціями.....	209
18.	Лебедєва В. Маркетингова політика готельного підприємства та шляхи її удосконалення.....	210
19.	Лук'яненко О.І. Індекс лояльності клієнтів NPS як метрика репутації та засіб управління туристськими компаніями.....	211
20.	Маховка В.М., Білан В.В. Wellness-туризм як один з напрямів розвитку сфери туризму.....	214
21.	Маршаленко М., Кропива О. Особливості організації послуг гостинності при розміщенні і обслуговуванні людей з інвалідністю.....	216
22.	Маршаленко М., Крилиенко К. Принципи універсального дизайну в готелях.....	218
23.	Мірзодаєва Т.В., Терлецька А.В. Підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства.....	219
24.	Накемпій О.К. Дотримання нормативних значень з безпеки в готельних комплексах.....	221
25.	Павловська К. Особливості реалізації КСВ у діяльність туристичних та готельних підприємств.....	223
26.	Погуда Н.В. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності у діяльність туристичних підприємств: досвід Польщі.....	225
27.	Погуда Н.В., Бакай М. Інноваційні методи оцінки персоналу туристичного підприємства	226
28.	Прутова К. Рекреаційно-туристичний потенціал природно-антропогенних об'єктів Дніпропетровської області.....	227
29.	Рябко А.В. Сільський зелений туризм волинської області.....	228
30.	Сірік Є.О. Проблеми та перспективи формування національних готельних мереж.....	230
31.	Сологуб Ю.І., Рудєв І.М. Методичний напрям діяльності самодіяльної туристської організації.....	232
32.	Сологуб Ю.І., Матвієнко К.О. Особливості технології та організації туризму для інвалідів.....	234
33.	Сологуб Ю.І., Ситенька К.І.	

	Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі Чернігівської області.....	236
34.	Сологуб Ю.І., Чапля К.Ю. Особливості організації весільних турів.....	237
35.	Тремасова І.І. Оцінка історико-культурних рекреаційно-туристичних ресурсів Закарпаття.....	238
36.	Чергінець В.М. Формування потенціалу конкурентоспроможності туристичного підприємства.....	240
37.	Чугаєва Н.Ю. Віртуальний туризм: психологічні інновації.....	241
38.	Шелухіна Д.О. Методи стимулювання продуктивності праці на туристичних підприємствах.....	242
39.	Lukianets H.H., Kovalchuk O. Selection of place to stay while travelling.....	243

СЕКЦІЯ 1
«ГОТЕЛЬНА І
РЕСТОРАННА СФЕРА:
ІННОВАЦІЇ ТА ТРЕНД»

1. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Абрамова А.Г., к.т.н., доц.,

Коваль О.В., к.т.н., доц.,

Хоменко А.А., магістр,

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

У сучасному світі в умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг неможливо уявити відпочинок без організації в ній анімаційної діяльності. Особливо важливим анімаційний сервіс є для готельних підприємств сімейного та туристичного типу. Готельна анімація є одним з ефективних засобів розширення контингенту споживачів готельного продукту.

Маркетологами було проведено дослідження серед туристів різних напрямків подорожування світом та країною, з метою виявлення контингенту споживачів готельного продукту, для яких анімаційна програма є головним фактором вибору засобу розміщення. Встановлено, що для 78% респондентів наявність якісного анімаційного сервісу є вагомою перевагою при обранні готельного підприємства. Крім того, якщо мова йде про сімейний відпочинок, важливим аспектом при виборі засобу розміщення, являється наявність у готелі саме дитячих анімаційних програм.

Нами досліджено ринок рекреаційного анімаційного сервісу, що пропонується в закладах готельного господарства закордоном. За результатами дослідження світового досвіду в організації анімаційних послуг можна виділити наступні категорії дитячих розважальних програм, що ефективно функціонують у готельних підприємствах закордоном:

- міні-клуб для дітей віком від 2 до 12 років, де систематично проводять спеціалізовані шоу-програми та конкурси (готель CLUB VALTUR PARKO TORRE CHIA категорії 4 *, Італія, о. Сардинія);

- повнорозмірне дитяче містечко «Mario's Village» з мініатюрними будинками, де діти можуть вжитися в роль мера, пожежного, перукаря, діджея і т.д.; організація екскурсій по дитячому містечку на паровозі «Thomas the Tank Engine» (Курортний комплекс FORTE VILLAGE RESORT, Італія, о. Сардинія);

- організація та проведення унікальних дитячих майстер класів (Курортний комплекс FORTE VILLAGE RESORT, Італія, о. Сардинія);

- дитяче королівство Піно з ботанічним садом та міні-фермою (готель Maritim Pine Beach категорії 5*, Туреччина, Белек);

- спеціалізовані дитячі розважальні клуби для дітей віком від 2 до 12 років (готель CLUB VALTUR PARKO TORRE CHIA категорії 4 *, Італія, о. Сардинія; готель Utopia World Hotel категорії 5*, Туреччина, Анталія).

За результатами аналітичних та статистичних досліджень встановлено, що в Україні обмежена кількість готельних підприємств, які надають анімаційні послуги саме для дітей та підлітків. Більшість вітчизняних готелів сімейного

типу проектують дитячі та розважальні кімнати, але в більшості випадків не мають анімаційної програми та кваліфікованих аніматорів.

Нами запропоновано перспективні напрямки розширення послуг анімаційного сервісу для дітей різної вікової категорії, а саме: відкрити спа-центр для дітей віком від народження і старше; клас для дівчат підліткового віку, де будуть проводитися курси з основ мейкапу; театральна студія для дітей віком від 3 до 15 років; релаксаційна кімната з підлогою у вигляді акваріума; курси групового тренінгу «Я і сім'я», який буде спрямований на взаємодію між батьками та дітьми.

У спа-центрі рекомендовано проводити курси гідротерапії та сеанси масажу для дітей віком до 6 місяців. Вченими доведено, що гідротерапія сприяє поліпшенню трофіки м'язів кінцівок, спини, зменшення напруження та покращує обмін речовин.

«Клас мейкапу» або «студію краси» пропонується зорієнтувати для дівчат підліткового віку. Кваліфіковані консультанти-косметологи нададуть вірні поради для догляду за проблемною шкірою (акне), що є розповсюдженою проблемою серед підлітків. Спеціалісти допоможуть своїм гостям у виборі косметичних засобів для підліткового віку та порадять їх раціональне застосування, що не нашкодить здоров'ю.

Організація театральної студії для дітей матиме передусім розважальний характер. Театральну студію можуть відвідувати діти від 3 до 15 років.

Основною метою створення театральної студії є розширення комунікаційних здібностей у дитини, розкриття власних емоцій, сприйняття соціума.

Тренінги «Я і сім'я» доцільно організувати таким чином, щоб вони були спрямовані на взаємодію батьків і дітей. У форматі даних занять ми пропонуємо сумісну (для всієї сім'ї) арт-терапію. Заняття доцільно проводити індивідуально для кожної сім'ї. Визнаними психологами встановлено, що арт-терапія – це ефективний спосіб розвитку креативності, самовираження та самоствердження.

Висновок. Нами були розглянуті перспективні напрямки розвитку дитячого анімаційного сервісу для підприємств готельного господарства, а саме для готелів сімейного типу. Встановлено, що одним з вагомих критеріїв розвитку туристичної діяльності в регіоні та показником ефективного функціонування готельного підприємства є наявність якісно організованого анімаційного сервісу.

Література

1. Ільтьо Т.І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках // Глобальні та національні проблеми економіки. - 2015. - №6. - С. 174-178.

2. Яценко Е.Е. Проблема привлечения населения к культурно-досуговой деятельности: Анимация как социокультурный феномен французского общества // Культура в современном мире: Опыт, проблемы, решения. - 2003. - С. 39-41.

2. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Абрамова А.Г., к.т.н., доц.,

Коваль О.В., к.т.н., доц.,

Янішевський В.В., магістр,

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

Індустрія гостинності є ваговою складовою національної економіки багатьох країн світу, в тому числі й України. Розвиток індустрії гостинності та готельного комплексу України залежить від багатьох факторів, і насамперед від: політичної стабільності, конкурентоспроможності держави, рекреаційного потенціалу країни, рівня насиченості готельним продуктом, досконалості структур підприємств готельного типу, нормативно-правової бази на законодавчому рівні.

Серед перелічених факторів одним з вагомих, що безпосередньо впливає розвиток туристичної сфери, а відповідно і на розвиток готельного господарства, є рекреаційний потенціал держави. Загалом Україну можна віднести до країн з великим природно-рекреаційним потенціалом. За регіональним поділом до забезпечених природними рекреаційними ресурсами можна віднести Херсонську, Івано-Франківську, Київську, Закарпатську, Одеську, Львівську області [1], що створює передумови для ефективного розвитку готельних підприємств рекреаційного типу саме у зазначених регіонах.

Рекреаційні, тобто оздоровчі та спортивно-оздоровчі, послуги користуються широкою популярністю у внутрішніх та зовнішніх туристів. До традиційних рекреаційних послуг, що пропонуються оздоровчими центрами при готельних підприємствах відносяться: таласотерапія («лікування морем», тобто комплекс морських лікувально-оздоровчих процедур), ароматерапія (застосування ефірних олій рослин та квітів з метою покращення фізичного стану), бальнеотерапія (використання мінеральних вод з метою профілактики та оздоровлення), фітотерапія (система специфічних методів лікування та профілактики захворювань, що заснована на використанні лікарських рослин), фізіотерапія (комплекс фізичних заходів, які направлені на відновлення опорно-рухового апарату, спортивної реабілітації та профілактики захворювань).

Всі ці процедури направлені на задоволення потреб споживачів у якісних спортивно-оздоровчих послугах. Спортивно-оздоровчі та оздоровчі послуги є затребуваними серед споживачів готельного продукту, а тому актуальним є розширення додаткових послуг рекреації. Зокрема, одним з перспективних напрямків розширення рекреаційних послуг є впровадження послуг спелеотерапії.

Спелеотерапія або галотерапія (від грец. *speleon* – печера, *therapia* – лікування) – немедикаментозний спосіб лікування, є різновидом кліматотерапії. Суть даного виду терапії полягає в тривалому перебуванні в умовах певного мікроклімату печер, гротів, соляних копалень, тощо. Показання до

спелеотерапії – бронхіальна астма, захворювання органів дихання, хвороби легень, дерматити, хвороби суглобів, гіпертонічна хвороба.

З метою реалізації даного виду оздоровчої процедури на території готельного підприємства доцільно передбачити спеціалізовані штучні спелеокамери. Спелеокамера представляє собою приміщення, де створено природний мікроклімат, який характерний для природних карстових печер. У кімнаті для спелеотерапії стіни та підлога облицьовані сольовим матеріалом, кількість іонів солей в повітрі контролюється за допомогою галогенераторів. Також у спелеокамерах штучно контролюється вологість повітря.

Розрізняють наступні види спелеокамер:

- сильвінітові – приміщення таких камер оснащенні спеціальними природними калійними солями, які відрізняються за кольором, для них характерний червоний відтінок;

- сольові – у приміщеннях таких камер лікувальна дія здійснюється за рахунок розпилення аерозолю звичайної повареної солі через галогенератори.

Якщо порівнювати ці два види спелеокамер, то більш ефективними є сильвінітові, оскільки штучно створені в них умови максимально наближені до середовища печер та рудників. Крім того, у сольових спелеокамерах через деякий час знижується лікувальний ефект оскільки відбувається зниження розпиленних часточок іонів хлору та натрію.

Загалом, послуги спелеотерапії в Україні надаються лише в деяких санаторіях та медичних центрах [2]. Дана процедура є доволі популярною серед різних вікових категорій населення (діти, молодь, особи середнього та похилого віку), тому доцільним є облаштування приміщень для спелеотерапії при готельних підприємствах рекреаційного типу. Це дозволить розширити спектр додаткових лікувальних та профілактичних послуг, а також сприятиме розширенню контингенту гостей.

Висновок. Лікувальний туризм посідає особливе місце в системі загальносвітових курортно-туристичних відносин. На теперішній час ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб старшого віку і стають поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів. Тому актуальним та своєчасним завданням для індустрії гостинності є розширення спектру додаткових лікувально-оздоровчих та профілактичних послуг для готельних підприємств рекреаційного типу.

Література

1. Мархонос, С.М. Рекреаційні комплекси України: передумови створення та напрями їх розвитку / С.М. Мархонос, Н.П. Турло // Приазовський економічний вісник. Вип. 2, 2017. – С. 118 – 122.

2. Хамидуллина, С. Ф. Развитие рекреационных ресурсов Украины на примере спелеосанатория «Соляная симфония» / С.Ф. Хамидуллина, С.Н. Гавриленко // Праці Одинадцятій міжнародної наукової конференції студентів та молодих учених «Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, сталі економічне зростання». Частина 5. — Донецьк : ДонНТУ, 2010. – С. 215-218.

3. СУЧАСНИЙ СТАН ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ СІМЕЙНОГО ВІДПОЧИНКУ У ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Абрамова А.Г., к.т.н., доц.,

Баранська А., студ.

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

Найбільш вагомою складовою туристичної галузі є готельна індустрія. На теперішній час у світі спостерігається висока конкуренція між готельними підприємствами. В першу чергу це пов'язано з тим, що активний розвиток готельного господарства дозволить надати нові надходження до бюджету країни, сприяє розвитку туристичного іміджу країни та є вагомою запорукою для створення нових робочих місць. У порівнянні із закордонними підприємствами Українські готелі мають низьку конкурентоспроможність. В першу чергу це пов'язано з тим, що в Україні немає власних брендів готельних ланцюгів та мереж, які б могли задовольняти вимоги Міжнародної готельної асоціації. Встановлено, що туристичний попит має переважно сезонний характер [1], і з метою збереження контингенту споживачів більшість закордонних підприємств готельного типу постійно вдосконалюються та впроваджують нові інновації в обслуговуванні та наданні додаткових послуг. Тому перед вітчизняною індустрією гостинності постає актуальне завдання - створити належні умови для розвитку іноземного та внутрішнього туризму, що будуть відповідати міжнародним вимогам.

Згідно зі статистичними даними встановлено, що частка внутрішнього туризму складає близько 75%. Серед подорожуючих країною вагоме місце припадає на сімейний туризм. Сімейний туризм має свої особливості та характеризується органічним поєднанням відпочинку та зміцненням родинних зв'язків.

Для готельних підприємств сімейного типу першочерговим завданням є якісна організація сімейного відпочинку та надання розширеного сервісу анімаційних послуг, які б задовольняли потреби всіх членів сім'ї. Ринок сімейного туризму найбільш розвинений в Туреччині, Хорватії, Греції, Угорщині, Єгипті, Болгарії, Іспанії. Це пов'язано з тим, що курорти та готельні підприємства зазначених країн мають якісний анімаційний сервіс, який направлений на організацію дитячого дозвілля – це і є вирішальним фактором при виборі місця відпочинку для більшості подорожуючих сімей.

Висновок. Отже, з огляду на міжнародний досвід встановлено, що для підвищення конкурентоспроможності готелів сімейного типу доцільним є розширити послуги дитячого дозвілля та врахувати специфіку сімейного відпочинку.

Література

1. Давидова О.А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України / О.А. Давидова // Вісник хмельницького національного університету, № 2, Т. 2, 2017. – С. 257-260.

4. ВПЛИВ ПРЯНО-АРОМАТИЧНОЇ СИРОВИНИ НА ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ПИВА

Амаріца Є.І., асист.,

Кошова В.М., к.т.н., проф.,

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

Пиво з додаванням прянощів і трав відомо давно. В минулому використання деяких спецій дозволяло тривалий час зберігати свіжість пива, маскувати сторонні присмаки. Зараз спеції і трави використовуються для одержання пива з незвичним смаком і ароматом [3]. Їх додають у вигляді водно-спиртових настоїв при затиранні зернопродуктів, кип'ятінні сусла з хмелем, під час головного бродіння пивного сусла, в процесі доброджування і дозрівання молодого пива або безпосередньо перед розливом у тару [1].

Додавання пряно-ароматичної сировини до складу пива дає можливість не лише збільшити асортимент продукції, а і збагатити кінцевий продукт мікроелементами, що входять до складу пряно-ароматичної сировини.

Лікарські властивості кардамону завжди цінувалися високо. У середні століття навіть вважалося, що з його допомогою можна вилікувати будь-які хвороби. П'ять чорних насінин кардамону, з'їдених з однією чайною ложкою меду щодня, можуть поліпшити зір, зміцнити нервову систему і підвищити імунітет. Жування насіння кардамону вранці проганяє ранкову млявість і слабкість, покращує запах із ротової порожнини [4].

Методи досліджень – аналітичні, хімічні, фізико-хімічні з використанням сучасних методів та приладів, що застосовуються у пивоварінні.

Насіння кардамону подрібнювали для збільшення площі контакту. Водно-спиртові настої кардамону готували при гідромодулі пряність-розчин як 1:9. Настояї кардамону додавали у молоде пиво (зразок 200 см³) у кількості 1,0; 1,5; 2,0; 2,5; 3,0; 3,5 см³ (або 0,5; 0,75; 1,0; 1,25; 1,5; 1,75 % до молодого пива відповідно). 7 діб пиво доброджували температурі 6 °С, наступні 7 діб - 2 °С.

Для аналізу було взято пиво з мініпивоварні після головного процесу бродіння, яке було виготовлене з 100 % ячмінного світлого солоду з масовою часткою сухих речовин в початковому суслі 11 %мас.

Після закінчення процесу доброджування в готовому пиві визначали фізико-хімічні показники за допомогою сучасної системи для аналізу пива РВА-В (Anton Paar) [2].

Оскільки пиво яке взято на дослідження є нефільтрованим та непастеризованим – всі зразки були злегка замутненими.

Зміна усіх смакових та ароматичних властивостей порівняно з контрольним зразком пояснюється додаванням у певних кількостях різних концентрацій водно-спиртових розчинів кардамону.

Зміна рН зразків пива наведена на рис. 1. рН контрольного зразка становив 4,72.

Зміна вмісту спирту зразків пива наведена на рис. 2. Вміст спирту контрольного зразка становив 4,61 %об.

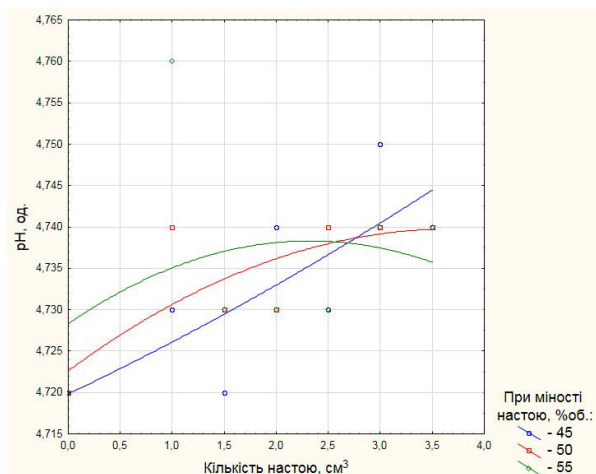


Рисунок 1 – Вплив настоїв кардамону на рН

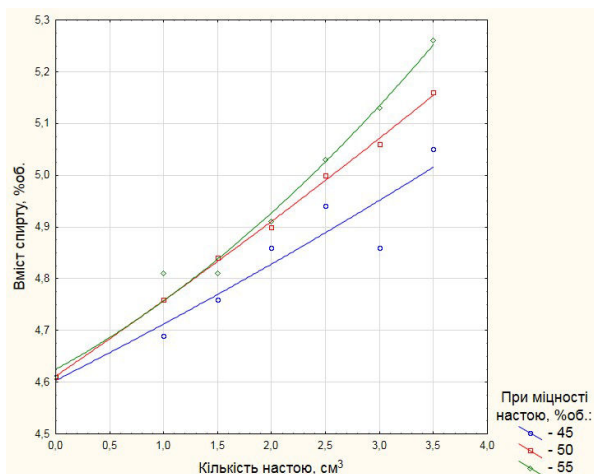


Рисунок 2 – Вплив настоїв кардамону на вміст спирту

Відповідно до графіків можна зробити певні висновки – додавання водно-спиртових розчинів кардамону сприяє підвищенню рН середовища (зі збільшенням кількості внесеного настою прямопропорційно збільшується значення рН) та підвищенням вмісту спирту, причину якого можна пояснити внесенням водно-спиртових розчинів.

Висновок. За допомогою аналізу літературних даних та інших джерел інформації було досліджено хімічний склад кардамону, його енергетичну та біологічну цінність. Для дослідження зразків були застосовані сучасні заходи та засоби а для опрацювання даних отриманих при дослідженні сучасні методи і програми обробки даних для візуалізації.

Література

1. Кунце, В. Технология солода и пива: пер. с нем. / В. Кунце – СПб: Профессия, 2007. – 912 с.
2. PBA-B Generation M Packaged Beverage Analyzer for Beer [Електронний ресурс] // Anton Paar GmbH, 2017. – Режим доступу: <http://www.anton-paar.com/corp-en/products/details/pba-b-generation-m-packaged-beverage-analyzer-for-beer> (Дата звернення: 02.07.2017).
3. Харчові та дієтичні добавки, прянощі та приправи у продукції ресторанного господарства: підруч. / В.Ф. Доценко, Л.Ю. Арсеньєва, Н.П. Бондар та ін.; за ред. В.Ф. Доценка. – К.: НУХТ, 2014. – 379 с.
4. Романова, З.М. Перспективи використання рослинної сировини у пивоварінні / З.М. Романова, М.С. Романов // Проблеми екологічної біотехнології. – 2012. - № 2. – С. 71-80.

5. ENERGY FLOOR ЯК НОВА ТЕХНОЛОГІЯ ВИДОБУТКУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В ГОТЕЛЯХ УКРАЇНИ

Арпуль О.В., к.т.н., доц.,

Мельник Ю.В., студ.,

Пушка О.С., к.т.н., ст. викл.,

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

Нідерландські модулі Energy Floor є невід'ємною частиною Smart Floors Smart Grid. Ця сітка може бути використана як для ефективного управління енергією, так і для діагностики. Система Smart Floors Smart Grid забезпечує інтелектуальне використання електроенергії. Для створення самостійної енергетичної системи можуть бути додані й інші відновлювані джерела енергії (вітер, сонячна).

За останні кілька років компанія створила найефективнішу у світі енергозберігаючу плитку. Разом з партнерами Rinnic/Vaude Engineering та AEGROUP вони виробляють енергетичні модулі підлоги найвищої якості: найвищий енергетичний обсяг у світі, здатний протистояти екстремальним погодним умовам і надзвичайним можливостям, найвищій тривалості життя і застосовні в усіх можливих місцях.

При дослідженні Energy Floor як нової технології видобутку електроенергії в готелях України використаний метод теоретичного узагальнення, а саме виявлення типових рис і закономірностей, притаманних досліджуваному явищу. Інформаційною базою дослідження виступають роботи зарубіжних вчених, присвячені вивченню Energy Floor як нової технології видобутку електроенергії в громадських місцях, статистичні матеріали, опубліковані в періодичних виданнях, тощо.

Кінетична енергія людей, які йдуть або танцюють, перетворюється на електрику, яка використовується для того, щоб підлога реагувала і взаємодіяла візуально, а також використовувала енергію, яка показує прямий вихід електроенергії з руху людини.

Energy Floor розроблено шляхом застосування тиску на підлогу. Енергетична підлога використовує рух людей як джерело енергії. Ця кінетична енергія перетворюється в електричну, яка приводить в дію навантаження на підлогу. Електроенергію можна також подавати назад до електромережі, використовувати для енергетичних додатків, які створюють унікальний енергетичний ефект або підсилюють інші налаштовані локальні системи.

Модуль Energy Floor злегка згинається, коли людина наступає на підлогу, що створює рух, який може бути перетворений в електричну енергію невеликим внутрішнім генератором. Кожен модуль розміром 75x75x20 см може виробляти до 35 Ватт стійкого виходу електроенергії. Тобто, між 5-20 Вт на людину.

Підлога забезпечує унікальний візуальний ефект за допомогою LED-ліхтарів, які реагують на рухи. Безперервна взаємодія в режимі реального часу

між людьми, що йдуть по підлозі і підлогою дозволяє кожній людині сприяти колективному досвіду, який підвищується за допомогою супровідних додатків.

За даними HowStuff Works, п'єзоелектричні матеріали створюють позитивний і негативний кінець при роботі Isdone. П'єзоелектричні матеріали (п'єзоелектрики) - це речовини що змінюють свої розміри при подачі до них електричного поля, і навпаки при стисненні яких на певних точках їхніх поверхонь виникає електричне поле. Електричний заряд проходить по матеріалу, як тільки тиск звільняється від нього. Хоча вони, зазвичай, забезпечують дуже низький струм, вони ще можуть генерувати надзвичайно високу напругу. Загальні п'єзоелектричні матеріали включають кварц і деякі деталі з кераміки. Один крок потенційно може генерувати достатньо електроенергії для живлення двох 60-ватних лампочок розжарювання на одну секунду. Дана технологія була впроваджена в жвавій залізничній станції, яка може жити 6,500 світлодіодних ліхтарів на невизначений час.

Аспект збору енергії цих п'єзоелектричних плиток підлоги лежить в унікальних властивостях кристалічної структури.

Деякі види кераміки, такі як цирконат-титанат свинцю, утворюють тетрагональну структуру з малим атомом в центрі. Коли кристал напружується, центральний атом витісняється зі своєї решітки і створює потенціал. У нашому випадку цей зсув дозволяє прибирати енергію депресії, що виникає під час удару ноги. Вихід енергії цих видів енергозбиральних плиток залежить від застосованої сили; більша напруга відповідає більшій різниці потенціалів і, отже, більше енергії. Для того, щоб оцінити вихідну потужність однієї людини, що йде через центр кампусу, важливо визначити величину сил, які відчувають земля під час ходьби.

Висновок. Використовуючи цю концепцію, великі готелі зможуть генерувати корисну електроенергію до 20 Вт на модуль. За допомогою модулів Energyfloor можна сприяти непрямому енергозбереженню та сталим інноваціям у будівлях, громадському просторі, для проведення заходів, шляхом підключення до світлодіодних ліхтарів, інтелектуальних систем енергоменеджменту.

Література

1. Energyfloor. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.irdindia.in/journal_ijeecs/pdf/vol4_iss3/3.pdf.
2. How we can generate the electric energy by using kinetic energy. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sustainabledanceclub.com>.
3. EnergyHarvesting: Pavegen and the Rise of Kinetic Tile Tech. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://theswitch.co.uk/tech/energy-harvesting-tiles>.
4. П'єзоелектрики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/П'єзоелектрики>.
5. EnergyHarvestingFlooring. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://large.stanford.edu/courses/2014/ph240/fujimoto1/>.

6. ШЛЯХИ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З ЛИСТКОВОГО ТІСТА

Арпуль О.В., к.т.н., доц.,

Спільчук А.Ю., асист.,

Доценко В.Ф., д.т.н., проф.,

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

Нині спостерігається попит на різні групи борошняних кондитерських виробів (БКВ). Особливої популярності набули БКВ з листкового тіста, оскільки такі вироби характеризуються ніжною консистенцією та оригінальною листковою структурою, що обумовлюється особливою технологією виробів (багаторазового прошарування тіста) та високим вмістом жиру. Оскільки дана група БКВ відрізняється великим вмістом жирових компонентів, то виникає проблема із не тривалим зберіганням даного виду сировини, через реакцію окислюваної деструкції жирів молекулярним киснем, що і є основною причиною накопичення продуктів окислення.

Актуальність теми полягає в тому, що БКВ з листкового тіста мають певний спектр недоліків, які вимагають удосконалення, задля того, щоб знизити калорійність та покращити технологічні характеристики даного виду продукції.

В роботі використані результати досліджень існуючих особливостей виробництва БКВ з листкового тіста та обґрунтування вимог до якості та організації технологічного процесу. Для обробки, викладення та узагальнення отриманих даних використані методи системного аналізу.

Існуючі дослідження в напрямку поліпшення якості пшеничного борошна та розширення можливостей його використання для виробів з листкового тіста численні та різноманітні, але основною проблемою, яка висвітлена в наукових працях є те, що якість листкового тіста здебільшого залежить від основного компонента – жиру, насамперед, від його стійкості до окиснення. Технологічні заходи щодо поліпшення якості жирового компонента рецептури, як правило, спрямовані на поліпшення його реологічних властивостей і стабільності під час зберігання. Так, додавання 0,5% ксантану до маси жирової композиції для прошаровування листкового тіста призводить до підвищення її в'язкості та вологоутримуючої здатності, що дозволяє використовувати маргарин з вологістю 26,8% [2]. Також, для поліпшення якості маргарину, під час виготовлення БКВ з листкового тіста, до жиру додають невелику кількість такого рослинного продукту як пальмова олія [3], оскільки значний вміст в добавці пальмового стеарину та комплексу жирних кислот зумовлює її високу антиоксидантну дію, однак пальмова олія не рекомендована для споживання дітям. Аналогічний ефект мають рослинні добавки з великим вмістом каротиноїдів [5].

Також досліджені властивості композиційної рослинної суміші, в склад якої входить суха пшенична клейковина, вівсяне борошно та екстракт фосфоліпідів [4]. Така добавка сприяє не тільки досить вагомій стабілізації жирового

компонента листового тіста, але й збагачує готові вироби корисними біологічно активними речовинами.

Перспективними добавками з точки зору припинення окисних процесів в маргарині, що використовується під час виробництва листового тіста, виявилися порошки з трави чабрецю та м'яти перцевої [1]. За допомогою аналізу процесу накопичення пероксидів та гідропероксидів під час зберігання маргарину було виявлено, що добавка екстракту рослин в кількості 0,006 г. (в перерахунку на суху речовину) на 100 г. субстрату значно знижує його окисне псування.

Однак усі вищезазначені дослідження лише покращують якість та стабільність жирового компоненту для продовження терміну зберігання БКВ з листового тіста, але не дозволяють знизити їх енергоємність та калорійність, для того, щоб надати даній групі виробів оздоровчих властивостей.

Висновок. За дослідженнями, що були проведені низкою науковців, можна зробити висновок, що БКВ з листового тіста ще потребують удосконалень, основними напрямками вдосконалення технології виробів з листового тіста є поліпшення технологічних властивостей борошна для підвищення якості виробів; покращення якості і стабільності жирового компонента для подовження терміну зберігання продукції; зниження енергоємності і підвищення харчової цінності листових виробів, надання їм оздоровчих властивостей.

Література

1. Данилова Л. Рослинні консерванти для стабілізації маргарину/ Л. Данилова, З. Толстолуг, Т. Немцова, Ю. Фураєва, В. Домарецький// Харчова і переробна промисловість. –2003. -№3. – С.13-14.
2. Завадинська О.Ю. Розроблення технології листового тіста та оздоблювальних напівфабрикатів з використанням мікробного екзополісахариду ксантан: Автореф. дис. канд. тех. Наук: 05.18.16 / -Київ, 1998.- 18с.
3. Киркебью П.Г. Маргарин для слоеного теста на основе пальмового масла// Масложировая промышленность. –2001. -№4. – С. 21-22.
4. Крылова Е.И. Композиционные смеси для слоеных изделий повышенной пищевой ценности/ Е.И. Крылова, О.А. Ильина // Пищевая промышленность.- 2002. -№11. – С.58-59.
5. Семина Р.В. Маргарин для приготовления кремов «Экокрем» компании «ЭФКО»// Пищевая промышленность. –2004. -№3. – С. 90.

7. РОЛЬ «SOFT SKILLS» В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Блощинська О.О., асист.,

Бортнічук О.В., асист.,

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

Аналізуючи роботи сучасних зарубіжних науковців, все більшого значення набувають дослідження «Soft skills» персоналу для різних підприємств і, зокрема, працівників сфери гостинності. Вітчизняними вченими представлені дослідження «Soft skills» для різних ланок організаційної структури, однак їх роль для працівників готельно-ресторанних підприємств України залишається недостатньо дослідженою.

При працевлаштуванні HR-менеджери провідних зарубіжних підприємств гостинності розділяють дві категорії вмінь: «Hard skills» та «Soft skills». Згідно визначення «Hard skills» – це практичні професійні навички, до яких слід віднести знання іноземної мови, вміння користуватись електронними системами бронювання, наявність кухарського розряду, тощо. Такі вміння можуть бути продемонстровані та частіше є безпосередньо пов'язаними із завданнями та обов'язками працівника.

«Soft skills» – це навички, які відображають людські якості працівника. До них відносять комунікабельність, привітність, відповідальність, цілеспрямованість, здатність до роботи в команді і т.д.

За даними роботодавців готелів та ресторанів ефективність працевлаштування та кар'єрне зростання працівників залежить від «Soft skills» на 85%, в той час як вагомість «Hard skills» оцінюється в 15%.

Згідно досліджень в Новій Зеландії [1] серед 23 критеріїв найбільш вагомими навичками «Soft skills» для менеджерів нижчої ланки вважаються: навички обслуговування гостей (13,2%), комунікативність (12,5%), гнучкість (7%), лідерські якості (6,2%), уважність до деталей (5,5%), зовнішній вигляд (5,1%), здатність до роботи в команді (4,9%). Такі особисті якості дозволяють HR-менеджерам ефективно підбирати персонал, який готовий вчитись новому та працювати на результат, формувати цілісний колектив та зменшувати плинність кадрів.

Висновок. Проаналізовано роль «Soft skills» для працівників сфери гостинності зарубіжних провідних підприємств. Визначено пріоритетні навички персоналу. Наведені дані дозволяють стверджувати про актуальність та необхідність проведення досліджень щодо ролі «Soft skills» персоналу вітчизняних підприємств готельно-ресторанного господарства.

Література

1. An Exploratory Study of the Preferred Qualities of Managerial Hospitality Candidates in New Zealand's Four and Five-star Hotels: A Dissertation Submitted to Auckland University of Technology in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master of International Hospitality Management (MIHM), 2017 – P.31-39.

8. РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ СТРАВ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Гейнак О., магістрант,
Кирпіченкова О.М., к.т.н, доц.,

Дочинець І.В., асист.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Здоров'я нації - найважливіший фактор суспільного розвитку в усіх економічних системах, одне з основних умов для сучасного економічного зростання країни. Місією закладів ресторанного господарства повинно бути формування культури здорового харчування, як основної умови розвитку якості життя країни і оздоровлення нації.

Авокадо (*Persea americana* – міжнародна наукова назва) - сільськогосподарська культура, що прийшла до нас з Центральної Америки. Має щільну, маслянисту, кремоподібну м'якоть, специфічний «трав'яний» смак і запах. Калорійність авокадо в середньому становить приблизно 212 ккал на 100 грам продукту.

Плоди авокадо багаті на кремній (в 100 г — 213 % від денної норми), бор (відповідно — 143 %), нікель (140 %), мають високий вміст вітаміну Е (13 % денної норми на 100 г).

В 100 г плоду міститься 9 г вуглеводів, приблизно 7 г з них це - клітковина, що складає 20 % денної потреби. Всього 0,5 г від загальної кількості вуглеводів припадають на крохмаль, і 0,5-0,7 г на цукор. Через такий склад його глікемічний індекс дуже низький - 10.

100 г авокадо містить 1,5 добові дози фітостеринів, які зменшують концентрацію холестерину, сприяють виробленню колагену, зберігаючи молодість шкіри.

Фрукт містить каротиноїди, зокрема лютеїн - головний антиоксидант, який захищає від макулярної дегенерації сітківки і катаракти. За смаковими і біохімічними особливостями плоди авокадо різко відрізняються від інших плодів. Вони нагадують горіхи, бо містять багато ліпідів.

Аналізували вплив додавання авокадо на зміну харчової і біологічної цінності салатів.

Салат - це холодна страва, що готується з різних сирих, запечених на грилі, відварених чи солених, маринованих овочів та фруктів. Салат є легкою їжею, легко засвоюється в шлунку, містить поживні речовини та вітаміни. Тому він є складовою, без якої не обходиться раціон здорового харчування.

Нестача або надлишок жирів є практично однаково небезпечними для організму людини. За низького вмісту жиру в раціоні, особливо у людей з порушеним обміном речовин, з'являється сухість і гнійничкові захворювання шкіри, знижується опірність організму до інфекцій, порушується обмін вітамінів.

За сучасними уявленнями найбільш доцільним є використання в складі

страв жирів, що мають збалансований склад, а не вживати жирові продукти різного складу протягом доби.

Європейські вчені вважають, що співвідношення НЖК:МНЖК:ПНЖК має складати 3:6:1, вміст ПНЖК у раціоні дорослої людини – мінімум 2 г на добу. При чому співвідношення ω -6 до ω -3 має складати 10:1 для дорослої здорової людини або 5:1 для людини, що має проблеми з ліпідним обміном.

Авокадо містить приблизно 15 г жиру на 100 г. Жирно-кислотний склад олії м'якоті авокадо: пальмітинова кислота, %, – 19,7; пальмітолеїнова кислота, %, – 9,8; стеаринова кислота, %, – 0,6; олеїнова кислота, %, – 58,1; лінолева кислота, %, - 10,7; ліноленова кислота, %, - 0,7; інші, %, - 0,4. Співвідношення ω -6: ω -3 складає 15:1. Згідно з даними дослідників раціон стандартного жителя України має співвідношення ω -6: ω -3 ПНЖК 33,1:1,4 або 23,6:1 замість 10:1, тобто має місце значне перевищення допустимого рівня – ω -6. У олії м'якоті авокадо це співвідношення значно менше.

Виходячи з сучасних уявлень про жирнокислотний склад продуктів пропонується замінити соняшникову олію в рецептурі салатів конопляною.

Олія з конопляного насіння – джерело цінного білка і містить всі двадцять амінокислот, включаючи дев'ять незамінних амінокислот. Також, конопляна олія містить вітаміни А, В₁, В₂, В₃, В₆, С, D, і Е. Але унікальною властивістю конопляної олії є найбільш оптимальне співвідношення двох есенціальних жирних кислот омега-3 і омега-6 кислот – 1:3 – 46% лінолевої кислоти і 28% ліноленової. Жирнокислотний склад: 20-28% – омега-3, 4-5% – гамма-лінолева кислота, 11-14% - олеїнова кислота, 45-55% – омега-6, 6-7% - пальмітинова кислота, 1-2% - стеаринова кислота.

Висновок. Аналіз даних показав, що після додавання авокадо і олії конопляного насіння у склад салату вміст клітковини збільшився на 2,6 г, калорійність зросла на 48,0 ккал, а вміст поліненасичених жирних кислот - на 0,6 г.

Після споживання збагаченого салату ми задовольнимо потребу організму в клітковині на 12,76 % від добової потреби, а в ПНЖК - на 50 %.

Встановлено, що використання олії конопляної і авокадо дозволяє значно збагатити продукт поліненасиченими жирними кислотами та наблизити його жирнокислотний склад до рекомендованих норм.

Література

1. Івашків Л. Я. Основні принципи оздоровчого харчування. Вісник Львівського інституту економіки і туризму. Науковий журнал. — 2009, № 4.
2. Ониськів, В. Властивості та жирнокислотний склад нетрадиційних олій / В. Ониськів, О. Покотило// Матеріали XVIII наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя, 2014 - 171с.
3. Левицкий А.П. Идеальная формула жирового питания. - Одесса, 2002. — 62 с.
4. <https://sapone.com.ua/ua/shop/product/571>.

9. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Дочинець І.В., асист.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Ресторанне господарство є прибутковим економічним сектором країни. Окрім обслуговування різних контингентів споживачів та надання їм послуг у сфері харчування, організації дозволя, також приємно позиціонує країну на міжнародному ринку. Воно є складовою сфери послуг, яке є особливістю належного соціально-економічного рівня країни та сприяє прогресу розвитку структури її господарства.

В останні десятиліття в розвитку закладів ресторанного господарства окреслилися такі тенденції: формування нових напрямів сучасної кулінарії; поглиблення спеціалізації ресторанів; створення міжнародних ресторанних ланцюгів; удосконалення форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Поряд з традиційними повносервісними ресторанами з'явилися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг і страв. Ресторани можуть спеціалізуватися, як правило, на приготуванні національних страв, вечері, сніданків. Поширення набували ресторани швидкого обслуговування, які спеціалізуються на гамбургерах і смаженій картоплі, піці, біфштексах, морепродуктах, сендвічах. Особливо актуальними є тематичні ресторани, які пропонують обмежену кількість страв, але зосереджуються на створенні відповідного настрою та атмосфери.

Останніми роками в ресторанному бізнесі формується новий напрям - демократичні ресторани, що поєднує в собі "швидкі" технології фаст фуду і якість національної (змішаної) кухні, що потребують індивідуального підходу. Суть концепції "фрі фло" полягає в максимальній демократичності стосунків з гостями. Вона дає можливість відвідувачам самостійно обрати місце, комфортно розміститися, почуватися невимушено. Все це забезпечується поєднанням "відокремлених островів": кавового, пивного, лінії гарячих страв, а також системи самообслуговування з обслуговуванням офіціантами. Звичайно ж, "швидкий" обід у кілька разів дешевший за ресторанний, однак популярність закладу визначається його атмосферою та якістю продукції.

Новими напрямками сучасної кулінарії є фьюжн і молекулярна кулінарія. У перекладі з англійської мови "фьюжн" означає "злиття, сплав". У кулінарії напряму гармонійно поєднуються смаки, стилі, традиції Сходу і Заходу, старого і нового; екзотичні інгредієнти вміло замінюються місцевими продуктами, а чужі кулінарні традиції адаптуються до звичних місцевих смаків.

Суть молекулярної кулінарії полягає в тому, що в процесі приготування використовуються новітні технології і досягнення молекулярної хімії, що дає можливість отримати страви незвичної консистенції та оригінальних смакових якостей. Головні прийоми цієї кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація, сферифікація, желювання, карбонізація або збагачення

вуглекислотою, вакуумна дистиляція. Особливістю молекулярної кулінарії є те, що завдяки їй можна суттєво розширити смакові якості продукту.

Наслідки розвитку ресторанного господарства дають істотну економію суспільної праці завдяки раціональнішому використанню техніки, сировини, матеріалів; надають відвідувачам протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зміцнює здоров'я; дають можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є конкуренція. Оскільки у відвідувачів з'являється можливість вибору, основними завданнями кожного підприємства є поліпшення якості продукції і послуг, що надаються. Запорукою успішної діяльності підприємства є якість наданих послуг, які повинні: чітко відповідати певним потребам; задовольняти вимоги споживача; відповідати чинним стандартам і технічним умовам, законодавству та іншим вимогам суспільства; надаватися споживачу за конкурентоспроможними цінами; забезпечувати отримання прибутку.

У ресторанному господарстві також важливими є удосконалення форм і розподіл праці, впровадження досягнень науково-технічного прогресу. До суспільних форм розподілу праці в закладах ресторанного господарства належать процеси спеціалізації. Під нею розуміють зосередження діяльності підприємства на випуску і реалізації певного асортименту виробів або на виконанні певних стадій технологічного процесу. Розрізняють два види спеціалізації: предметну і технологічну. Предметна спеціалізація підприємств розвивається за такими напрямками: організація харчування окремих контингентів споживачів залежно від особливостей їх роботи і навчання; організація харчування споживачів, які потребують дієтичного та лікувального харчування; виробництво страв національної і міжнародної кухні та кулінарних виробів з одного виду сировини (вегетаріанські ресторани, кафе-молочні, рибні підприємства тощо).

Технологічна спеціалізація полягає в розділенні процесу виробництва продукції на дві стадії: механічна обробка сировини і приготування напівфабрикатів в заготівельних і виготовлення готової продукції в доготівельних підприємствах.

Основні напрями науково-технічного прогресу в закладах ресторанного господарства включають: механізацію процесів, застосування сучасного устаткування (механічного, теплового, холодильного); розробку прогресивної технології виробництва продукції на базі нової техніки; механізацію трудомістких робіт; упровадження наукової організації праці, вивчення і застосування передового досвіду; упровадження комп'ютерних технологій. Автоматизація підприємств полегшує управління всіма аспектами бізнесу, від закупівлі сировини до планування великих заходів, банкетів.

Висновок. Для подальшого розвитку та досягнення поставлених цілей ресторанні господарства мають враховувати усі технічні, адміністративні і людські чинники, які впливають на якість продукції та її безпеку і у сукупності творять систему якості, безпеку продукції, маркетинг, підготовку кадрів.

10. СФЕРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ – НАПРЯМИ ЇХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Дочинець І.В., асист.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Створення ефективного готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України. Готельно-ресторанний бізнес - це складова туристичної індустрії, який містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги створюються на принципах сучасної гостинності, а також зумовлюють необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу.

Планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії охоплює такі етапи: аналіз вимог зовнішнього і закономірностей внутрішнього середовища, визначення інноваційних можливостей, формування стратегічних інноваційних завдань, розробка концепції інноваційної стратегії, та бізнес-планів і програм інноваційної діяльності, реалізація проектів.

Дослідження інноваційного потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, які наближені до споживача, у першу чергу, необхідно направляти зусилля на цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність.

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу та туризму, працюють на фундаменті перепроданих закладів, за старими технологіями, в деяких випадках на застарілому обладнанні, в більшості випадків використовується екологічно небезпечна сировина, (що диктується економією витрат виробництва і обслуговування), зустрічаються випадки порушення вимог щодо дотримання технології процесів виробництва страв. Незадовільною залишається система підготовки та перепідготовки кадрів спеціалістів і фахівців сфери обслуговування. Всі ці чинники вплинули на зменшення конкурентоздатності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Одним з напрямів виходу з цієї ситуації є активне впровадження інноваційної діяльності в сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Крім здійснення організаційних заходів з проведення наукових досліджень, їх впровадженню в практику, застосування новітніх технологій обробки сировини, застосування систем інформаційного забезпечення та інше, потрібне здійснення відповідних економічних розрахунків і особливо фінансового забезпечення.

В готелях також відсутні нові технології обслуговування клієнтів, недостатня автоматизація більшості процесів, в тому числі поселення та розрахунків, обслуговування мешканців готелів тощо. Дуже обмежена кількість послуг, які надаються мешканцям готелів в Україні в порівнянні з іншими

країнами світу. Це впливає на високий рівень видатків, які зменшують розмір отриманого прибутку. Зменшується попит іноземних туристів у зв'язку з обмеженим обсягом послуг, які надаються, і їх низькою якістю надання, незручним розташуванням та нерозвинутою інфраструктурою.

Сьогодні послуги готельно-ресторанного бізнесу та туризму вкрай затребувані та вимагають поліпшення якості обслуговування на високому рівні і різноманітності, з метою залучення більшої кількості клієнтів.

Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть отриманню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства. А це вимагає поліпшення якості послуг і удосконалення технологій, а саме: електронні системи управління; інтерактивний екран; системи безпеки; екологічні технології.

Сьогодні немає практично жодного готельного підприємства, яке б не використало різні електронні системи управління. Нині основною інновацією у сфері систем електронного управління є система, яка дає можливість співробітникам готелю безпосередньо спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, і користувач може отримати повну інформацію про цей готель в мережі, забронювати номер тощо.

Велику увагу в готельно-ресторанному господарстві приділяють системам безпеки. Системи безпеки багатofункціональні і можуть включати різні елементи захисту - від системи охоронно-периметральної сигналізації до комп'ютерних систем збору й обробки інформації. Як тільки спрацьовують датчики сигналізації, відкриваються електронні замки запасних виходів, діє система сповіщення, і людей починають евакуювати спеціальними шляхами – в готелі неухильно стежать за тим, щоб ці шляхи завжди були вільні.

Усі інженерні системи готелів, пожежної сигналізації і сповіщення про пожежу, пожежогасінні і контролю доступу, відеоспостереження і охоронної сигналізації, а також система управління інженерним життєзабезпеченням об'єднані в єдиний інформаційний простір. Усі сигнали від них поступають в центральну диспетчерську.

В сучасному світі, при плануванні і побудові готельно-ресторанних комплексів основну увагу приділяють збереженню часу, грошей та енергії. Для збереження енергії створюють екологічні інноваційні технології: встановлюють сонячні панелі на даху для нагріву води, вітряні генератори для вироблення електроенергії, з побутових відходів також виробляють тепло і енергію.

Висновок. Інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід свідчить про безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів до інновацій та нововведень. Підприємствам готельно-ресторанного бізнесу та туризму, потрібно здійснювати інноваційну діяльність за її основними напрямками.

11. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСЛУГИ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ковтун А.В., асист.,
Шаран Л.О., к.т.н., доц.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Здоров'я є тією найголовнішою цінністю, без збереження і відтворення якої населення не може реалізувати власний потенціал в економічних та інших сферах людської діяльності і таким чином формувати та проявляти свою демоекономічну якість [1,2]. Харчування разом з фізичною активністю відноситься до елементів повсякденної поведінки, що формують здоров'я людини [3].

Вивчення та раціональна корекція харчування людини з активною розумовою діяльністю є досить актуальною проблемою. Ділові люди дуже зайняті і своєму здоров'ю та вчасному харчуванню приділяють не значну увагу. Тому серед цієї категорії населення спостерігається тенденція до погіршення здоров'я і розвитку хронічних захворювань. Харчування людини розумової праці має бути повноцінним. Харчові продукти, які споживаються повинні містити всі біологічноцінні речовини в оптимальному співвідношенні.

Для підтримки здоров'я та покращення культури харчування серед людей працездатного віку, зокрема ділових, доцільно вирішити наступні завдання: провести дослідження контингенту споживачів послуг в готелі ділового призначення; здійснити корекцію денного раціону гостей шляхом надання послуги індивідуального харчування; створити алгоритм надання індивідуального харчування з застосуванням мобільного додатку для комфортної комунікації між споживачем та персоналом або послугами в готелі.

В організації роботи готелів розрізняють основні та додаткові послуги. До основної послуги готелю відноситься проживання та харчування. Додаткові послуги готелю поділяються на дві категорії: послуги, що надаються безпосередньо самим готелем (тобто власними силами), послуги, що надаються силами сторонніх організацій. Кількість додаткових послуг постійно збільшується тому дуже важливим є підібрати весь комплекс необхідних послуг, які б були корисними для здоров'я та цікавими для людей ділового призначення в тому числі бізнесменів.

Для вирішення поставленої мети ми пропонуємо у готельному підприємстві впровадити додаткову послугу - організація індивідуального харчування. Для впровадження цієї послуги доцільно створити алгоритм дій споживача і персоналу, який буде спрямований на створення здорового харчування. Цією послугою можуть скористатися не тільки гості закладу, але і прихильники «здорової їжі».

Організація послуги індивідуального харчування буде здійснюватись під час бронювання номеру. Для кращої комунікації між гостем та закладом готельно-ресторанного господарства запропоновано створення мобільного

додатку, який кожен гість зможе встановити на свій телефон. В додатку гість може знайти відповіді на всі питання, забронювати номер, замовити додаткову послугу.

За допомогою мобільного додатку або на веб-сайті готелю гість заповнює анкету з усіма персональними даними (вік, стать, вади здоров'я, вподобання в харчуванні і т.д.), які будуть враховані дієтологом та шеф-кухарем при складанні індивідуального меню (таблиця 1).

Таблиця 1 – Бланк «гастрономічні вподобання»

Назва показника	Індивідуальні дані
Прізвище та ім'я	Бондаренко Діана
Стать, вік, вага, зріст	Жінка, 25 років, 57 кг, 166 см
Особливості харчування	Збалансоване харчування, без алкоголю, без коров'ячого молока, категорично проти грибів.
Гастрономічні вподобання	Наявність в раціоні супу, легкі овочеві страви, обов'язково морепродукти
Хронічні захворювання	Гастрит
Види активного виду спорту	Відсутнє
Кількість прийомів їжі	Сніданок та вечеря
Період проживання, днів	3 дні

Для обрахунку калорійності страви та енергетичної цінності комплексного меню буде використовуватися харчовий калькулятор. Завдяки встановленому додатку організація індивідуальної послуги харчування стає простою та доступною, не тільки в межах готелю, але й поза його межами, адже в додатку треба обрати дану послугу і заповнити анкету, все інше зроблять працівники готелю, а гість зможе насолоджуватись проживанням в готелі.

Висновок. Організація послуги індивідуального здорового харчування в готелі ділового призначення найкращий спосіб підтримки і стабілізації стану організму ділових людей, запорука до успіху в кар'єрі.

Література

1. Бойко М.Г. Організація готельного господарства: підручник / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. -К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. - 494 с.
2. Бородин В.В. Ресторанно-гостиничний бізнес / В.В. Бородин. - М. : Книжный мир, 2003.-267 с.
3. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах / Т.Г. Сокол. -К.: Альтерпрес, 2009. - 447 с.

12. ДОСЛІДЖЕННЯ ГРАНУЛОМЕТРИЧНОГО СКЛАДУ СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ ФОРМОВАНИХ КАРТОПЛЯНИХ ЧІПСІВ

Ковтун А.В., асист.,

Ковбаса В.М., д.т.н., проф.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ) м. Київ

Формовані картопляні чіпси (ФКЧ) користуються широкою популярністю серед дітей та молоді. Відомо, що ФКЧ містять в своєму складі великий вміст жирів, вуглеводів та низький – білків, харчових волокон, ненасичених жирних кислот. На сьогодні велике значення приділяється харчовим волокнам (ХВ), дослідження яких продовжуються вченими в різних напрямках [1].

Перспективною сировиною, яку можна використати для збагачення ФКЧ ХВ є висівки, жмих та кріопорошки. Зокрема, нами було проаналізовано можливість використання в рецептурі ФКЧ: висівок з жита (ВЖ), ячменя (ВЯ), а також жмиху з гарбузового насіння (ЖГН), кріопорошків броколі (КБ) та червоного буряка (КЧБ), які на сьогоднішній день є відносно дешевими та представленими на споживчому ринку.

Для характеристики технологічних властивостей вище обраних зразків як сировини для виробництва ФКЧ найбільш важливе значення мають розміри сировини, тому, вважали за доцільне визначити гранулометричний склад основної сировини (картопляної крупки – КК), висівок, жмиху та кріопорошків. Дослідження проводили з допомогою лазерного гранулометра.

Таблиця 1 – Фракційний склад картопляної крупки, висівок, жмиху та кріопорошків

Вміст, %	Фракція, мкм								
	0..10	10..20	20..30	30..40	40..60	60..80	80..100	100..140	140i≥
КК	0,3	10,4	37,8	49,2	2,3	-	-	-	-
ВЖ	-	-	-	-	8,5	15,5	63,9	12,1	-
ВЯ	-	-	-	-	7,9	20,7	58,7	12,7	-
ЖГН	-	-	5,1	22,4	51,3	17,4	3,8	—	-
КЧБ	-	1,2	5,4	44,7	31,2	9,8	2,9	—	-
КБ	-	0,9	20,1	40,5	27,9	8,1	2,5	—	-

Висновок. Отже, для забезпечення однорідності суміші в рецептурі ФКЧ середній розмір крупинок сировини має знаходитись в межах від 30 до 100 мкм. Крупики з більшими розмірами досить сильно вирізняються погіршуючи структуру картопляного напівфабрикату та органолептичні показники готового виробу.

Література

1. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. посіб. [для студ. вищ. навчал. закл.] / І.В. Сирохман, В.М. Завгородня. – К. : Центр учбової літератури, 2009 – С. – 544.

13. ВИКОРИСТАННЯ МАСЛЯНИХ ПАСТ З КОМПЛЕКСОМ НУТРИЄНТІВ, ЩО ВОЛОДІЮТЬ ГЕПАТОПРОТЕКТОРНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ковтун Ю.А., асист.,
Коваль О.В. к.т.н., доц.,

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

За даними Центру медичної статистики МОЗ України за 2018 рік, за останні 10 років показник захворювання печінки зріс на 28% і складає на сьогодні 18 тисяч на 100 тисяч населення. Згідно з прогнозами, до 2020 року очікується збільшення кількості випадків патології печінки на 27%. Що прискорює усвідомлення в необхідності раціонального збалансованого харчування, основу якого складають функціональні продукти.

В НУХТ започатковано напрямок створення функціональних видів вершкового масла та масляних паст на його основі, який спрямований на перетворення вершкового масла в функціональний продукт, що одночасно виконує в організмі людини пластичні функції та є оздоровчим продуктом повноцінного харчування та відповідає останнім вимогам нутрієнтології. В той же час технологія приготування масляної пасти повинна бути досить простою для можливості її виготовлення на стандартному обладнанні закладів готельно-ресторанного господарства, що буде сприяти зменшенню затрат на впровадження. Виходячи з цих даних, нами була розроблена експериментальна, полікомпонентна рецептура масляної пасти з гепатопротекторними властивостями.

Об'єктом досліджень були модельні зразки масляної пасти з комплексом біологічно активних добавок, які виготовлені в лабораторних умовах. Досліджували основні показники органолептичної оцінки масляної пасти та її структури і консистенції: термостійкість, витікання рідкого жиру.

Масляна паста жирністю 45 % розроблена на основі високо жирних вершків з додаванням сухого концентрату сироваткових білків, сиропу шипшина на фруктозі та інуліну.

Висновок. Розроблено новий вид масляної пасти з комплексом рослинно-білкових добавок. Органолептична оцінка масляної пасти показала, що підібрані компоненти добре поєднуються з молочною основою пасти та сприяють формуванню пластичної консистенції. Виявлено, що внесені добавки підвищують термостійкість масляної пасти та її здатність утримувати рідку фазу жиру. Ці результати дозволяють припустити про високі презентаційні властивості страв до яких буде входити масляна паста.

14. ТЕХНОЛОГІЯ БІСКВІТНОГО НАПІВФАБРИКАТУ, ЗБАГАЧЕНОГО КАЛЬЦІЄМ

Майорова Г.І., асист.,
Комарницький Р.В., асист.,
Булах Л.Г., асист.,
Губеня В.О., к.т.н., доц.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Метою науково роботи є розроблення технології бісквітного напівфабрикату, збагаченого кальцієм, для використання у виробництві солодких страв і кондитерських виробів у закладах ресторанного господарства.

Вагомим фактором нормального функціонування організму людини є достатня кількість кальцію у раціоні. Дефіцит кальцію призводить до остеопорозу, рахіту у дітей та неправильного росту зубів.

Проблема недостатнього надходження кальцію з харчовими продуктами актуальна в Україні не тільки внаслідок незбалансованого харчування, але і через зменшення частки цього мікроелемента в рослинних і тваринних продуктах в результаті погіршення стану довкілля.

Вагомим джерелом легкозасвоюваного кальцію є шкаралупа з перепелиних яєць. Зазвичай, у закладах ресторанного господарства яєчна шкаралупа є побічним продуктом. Аналіз хімічного складу показав, що масова частка кальцію у шкаралупі становить 35 %. Кількість кальцію, яка відповідає 30 % добової потреби, міститься у 1,14 г яєчної шкаралупи перепелів.

Об'єктом дослідження є технологія бісквітного напівфабрикату, збагаченого кальцієм. У роботі використовували сировину, якість якої відповідає діючим нормативним документам. Органолептичні та фізико-хімічні показники якості бісквітного напівфабрикату визначали за допомогою загально прийнятих методів з оцінки якості кондитерських напівфабрикатів.

Носієм кальцію у технології бісквітного напівфабрикату запропоновано використовувати порошок зі шкаралупи перепелиних яєць. Дозування обрано так, щоб організм людини отримував 30 % добової потреби в кальції під час споживання одного виробу на основі нового бісквітного напівфабрикату масою 80 г. Обмеження дозування порошку зі шкаралупи до 30 % добової потреби в кальції пояснюється вираженням хрустом добавки у готовому виробі з більшим її вмістом.

Визначено раціональні режимні параметри оброблення шкаралупи з яєць перепелів для отримання порошкоподібної добавки, яка містить кальцій. Процес отримання кальцієвмісної добавки складається з таких операцій: миття шкаралупи, варіння у сольовому розчині 10...15 хв, висушування у жаровій шафі впродовж 180...240 хв за температури 130 °С, подрібнення, оброблення

оцтовою або яблучною кислотою з концентрацією 6 %, висушування на повітрі, повторне подрібнення.

Для визначення оптимальної тривалості розмелювання шкаралупи було проведено модельне дослідження. Підготовлені зразки шкаралупи розмелювали за допомогою лабораторного млинка впродовж 60, 90, 120, 150 та 180 с. В отриманих порошках під мікроскопом (зближення у 40 разів) візуально оцінювали розміри частинок. Розмір частинок після розмелювання тривалістю 150 та 180 с практично не відрізняється. Отже, технологічно обґрунтована тривалість подрібнення шкаралупи у лабораторному млинку 150-180 с.

Проведено дослідження з впливу нової кальцієвмісної добавки на технологічний процес виробництва бісквіта (коефіцієнт піднімання бісквітного тіста) та якість готових виробів (пористість, крихкуватість, питомий об'єм, лужність, вологість).

Вологість досліджуваних зразків бісквітів не перевищує допустимі значення і не сильно відрізняється від контрольного зразку, незважаючи на те, що у другому зразку (з 1,43 г порошку на 100 г бісквіту) кількість борошна менша внаслідок його часткової заміни на кальцієвмісну добавку.

У зразках бісквітів з додаванням кальцієвмісної добавки дещо збільшується упікання. Це пов'язано з тим, що частина борошна замінюється добавкою, що знижує вміст зв'язаної води у тісті. Запропоновано вносити порошок зі шкаралупи перепелиних яєць під час замішування бісквітного тіста.

Додавання запропонованої кальцієвмісної добавки під час виробництва бісквіта у кількості, яка відповідає 30 % добової потреби в кальції, не впливає достовірно на питомий об'єм та пористість готового бісквітного напівфабрикату, а за збільшеного дозування (до 1,43 г/100 г бісквіту) названі показники зменшуються, проте несуттєво.

Висновок. Додавання порошку зі шкаралупи перепелиних яєць до бісквітного напівфабрикату у кількості, яка 1,43 г на 100 г готового виробу, не має суттєвого впливу на показники якості. За цих умов вміст додаткового кальцію у бісквіті відповідає 30 % від добової потреби. Бісквітний напівфабрикат, виготовлений з додаванням подрібненої шкаралупи перепелиних яєць, можливо застосовувати у технології гарнірів до перших солодких страв, десертів на основі бісквіту, кондитерських виробів.

Література

1. Peshuk L. V. Meat Product Technology Enriched with Calcium and Phosphors / L.V. Peshuk, N.V. Budnik. O.O. Galenko// Gerodietic Food and Environment Safety. Suceava. – 2011. Vol. X. Issue 4, 15 December. – P. 18-23.

2. Ніколенко О.Є. Яєчна шкаралупа – основна для отримання харчової добавки / О.Є. Ніколенко, Н.П. Івчук, А.О. Островська // Збірник тез доповідей 76-ї наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді», присвячений 80-річчю НУХТ. – К: НУХТ, 2010. – Ч 3. – С. 178-179.

15. КОНЦЕПЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ГОТЕЛЮ З МУЗЕЄМ ГОНЧАРНОЇ СПРАВИ

Маліневська О.О., магістр,

Губеня В.О., к.т.н., доц.,

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

На кафедрі готельно-ресторанної справи виконується магістерський дипломний проект зі створення концепції готельного підприємства з власним музеєм та школою гончарної майстерності. Метою роботи є дослідження перспектив діяльності таких готелів в Україні та популяризація етнічних особливостей народного побуту та творчості з метою зацікавлення як власних, так й іноземних туристів.

В умовах зростання туристичних потоків в останні роки збільшується конкуренція між готельними підприємствами, тому різні інноваційні рішення сьогодні зумовлюють успіх готельного бізнесу.

Об'єктом дослідження є готельні підприємства туристичної спеціалізації. Предметом дослідження є організація музеїв та курсів, з гончарної справи. У роботі використано аналіз літературних джерел.

Щоб залучити туристів готелі вдаються до впровадження нетрадиційних цікавих послуг, зокрема організовують різні майстер-класи народної творчості, характерної для цієї місцевості. Відмінності у світосприйнятті кожної народності виражаються у народній творчості, зокрема в формі та оздобленні гончарних виробів. На українських землях гончарство набуло найбільшого розквіту за часів трипільської культури. Розвиток продовжувався й у часи Київської Русі, а в 14-15 століттях стали застосовувати гончарний круг, який приводили в рух ногами. Україна славиться унікальними гончарними виробами, якими цікавляться далеко за її межами.

Пропонується створити туристичний готель, який занурить туристів в атмосферу давнини, і в якому навчать основ гончарної майстерності. Виготовлені власноруч вироби можна буде забрати із собою як незабутній сувенір на згадку, а найкращі вироби запропонують лишити в музеї за винагороду – зниження вартості проживання під час наступного приїзду або інші заходи з програми лояльності.

Висновок. Прогнозується, що запропонована концепція готельного підприємства матиме значний попит і дозволить швидко повернути інвестиції.

Література

1. Щербина Е. Б. українське народне гончарство і його термінологія / Е. Б. Щербина, Н. В. Миргородська. // Вісник ХДАДМ. – 2009. – №3. – С. 165–170.

16. СИСТЕМА БЕЗПЕКИ ДЛЯ ЕКСТРИМ-ПАРКІВ В ГОТЕЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВАХ ДЛЯ ВІДПОЧИНКУ

Матюшенко Р.В., ст. викл.

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Розвиток туристичної інфраструктури по основним компонентам системи туристського обслуговування, таких як готельний сектор, інформаційне обслуговування туристів, рівень і різноманітність туристичного обслуговування, безпека туристів обумовлює появу різних типів готелів.

Для підприємств готельного господарства характерною є тенденція, пов'язана з появою спеціалізованих підприємств готельної індустрії. Серед яких все більше значення мають *підприємства готельного господарства для відпочинку*, які призначені для задоволення потреб туристів під час пасивного і активного відпочинку. Вимоги до таких типів підприємств передбачають такі умови для:

- відпочинку та спортивних ігор на повітрі в межах прилеглої території готелю;
- відпочинку в номері та поза ним;
- розваг і релаксації;
- наявність приміщень туристично-спортивного обслуговування;
- наявність приміщень і споруд, майданчиків спортивно-оздоровчого призначення;
- озеленена територія навколо підприємства.

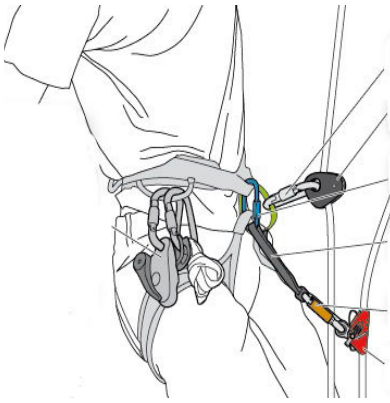
Підприємства гостинності надають своїм гостям основні та додаткові послуги. З додаткових послуг готельні підприємства для відпочинку організовують на прилеглій території екстрим-парки.

У закордонній практиці в групі готельних підприємств для відпочинку найбільш поширеними є готельні підприємства спортивного призначення, що надають гостям широкі можливості для заняття різними видами спорту в тому числі і екстримальними.

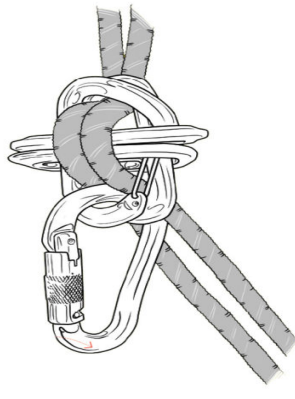
Екстрим-розваги набули неабиякої популярності в світі, вони привертають все більшу кількість мандрівників до тих готелів де вони організовані. Відповідно до цього, питання безпеки відпочиваючих в таких парках стає дуже актуальним. Тому, що кожна людина бажає відчувати себе захищеною в екстримальних ситуаціях. Екстрим-парки включають в себе перешкоди різної складності - від найпростіших, як мотузкові траси, які доступні людині з мінімальною фізичною підготовкою, так і до складних спортивних перешкод. Це робить їх доступними для людей практично будь-якого віку і фізичної підготовки. Тому питання техніки безпеки для відпочиваючих є основним критерієм в роботі туристичних підприємств.

Захисне устаткування для кожного учасника в основному складається з ременів безпеки, талрепа (пристрій для створення натягу чи усунення послаблення такелажу, кабелів, ланцюгів тощо) і страхової системи. Також використовуються шоломи залежно від виду розваги.

Основні страхові системи: самоутримні з карабінами, постійна страховка з карабінами, безперервна постійна страховка на рейці (рисунки 1).



а



б



в

Рисунок 1 – Страховки: а – самоутримна; б – з карабіном; в – на рейці

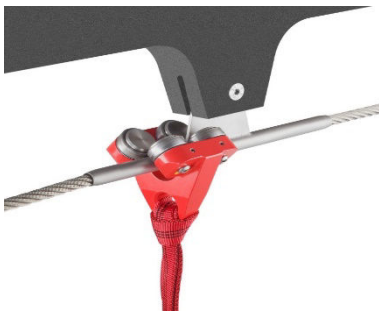


Рисунок 2 – Страховка на кабелі

Системи постійного страхування значно зменшують ризик нещасного випадку. У двох карабінів є «комунікаційна система», яка дозволяє уникнути одночасного відкриття карабінів і повного розблокування кабелю. Також з цією метою застосовують постійну систему з вбудованими роликками (рисунок 2).

Безперервні страхувальні системи на рейці забезпечують високий рівень безпеки. Застосовуються вони в основному на стовпах з важкої конструкції.

При безперервній системі страхування на кабелі відвідувачі постійно підключаються до «лінії життя» від початку до кінця без будь-якої можливості розблокування – що забезпечує найвищий рівень безпеки. На початку стежки відвідувачі просто з'єднують життєвий шлях в страхувальний пристрій (гачок або візок), і вони можуть управляти всією стежкою - з точки зору безпеки, ніяких конкретних дій не потрібно. Для безперервної страхувальної системи з вбудованим візком, страхувальний пристрій просто котиться по всій лінії життєзабезпечення. Ця остання технологія є єдиною системою, що має переваги: більш високу пропускну здатність, більш вражаючі елементи, більше зручності.

Окрім страхувальних систем, важливим також є інструктаж з техніки безпеки, під керівництвом інструкторів, після якого відвідувачі відправляються на захоплюючі маршрути. Безпека відвідувачів екстрим-парків є основним пріоритетом в роботі підприємств готельного господарства орієнтованих на відпочинок своїх гостей.

Тому всі траси повинні знаходитися під наглядом досвідчених інструкторів, які стежить за просуванням учасників і надають допомогу у разі ускладнень при проходженні тої чи іншої перешкоди, і у разі потреби допомагають безпечно покинути парк.

Висновок. Проходження трас в таких парках – це завжди маленька перемога над собою. А справжнє задоволення від відвідування екстрим-парку, випробування своїх сил на максимум гості можуть тільки тоді, коли будуть впевнені в своїй безпеці.

17. ВПРОВАДЖЕННЯ РІЗНОЧАСТОТНОЇ ТЕРАПІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Матюшенко Р.В., ст. викл.,

Вознюк Т.О., студ.,

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

На сьогоднішній день існує багато новітніх технологій у лікуванні хвороб та терапевтичної дії на організм людини. Якщо раніше усі новітні процедури, що стосуються покращення здоров'я та відновлення організму, з'являлися тільки в спеціальних лікувальних закладах, то в теперішній час за здоров'я та забезпечення стабільності організму піклуються ще й готельні комплекси, які спеціально для своїх гостей організовують СПА салони, спортивні зали.

Однією з інновацій, яку можна впровадити в готельному господарстві, – це створення терапевтичного кабінету, який зможе надавати послуги різночастотної терапії. Різновидами різночасної терапії є: вібротерапія, звукотерапія та ультразвукова терапія та біорезонансна терапія.

Вібротерапія - лікувальний вплив механічними коливаннями, здійснюється при безпосередньому контакті випромінювання вібратора з тканинами хворого. Вибіркове збудження механорецепторів при впливі вібрації призводить до розширення судин, покращення локального кровотоку і трофіки тканини. Вібрація біологічно-активних зон викликає реакції в рефлексорно пов'язаними з ними м'язами і внутрішніми органами. Лікувальні ефекти: знеболюючий, судиннорозширюючий, трофічний та міорелаксуючий.

Показання: захворювання і травми периферійної нервової системи (невралгії, неврити, радикуліти), захворювання серцево-судинної системи (ішемічна хвороба серця, нейроциркуляторна дистонія), стомлення, порушення сну.

Звукотерапія - лікування, профілактика та оздоровлення за допомогою звуків. Очікуваний ефект від сеансу звукотерапії - це релаксація, в процесі якої відбувається глибокий відпочинок на клітинному рівні. За рахунок звільнення від витіснених у підсвідомість переживань, отриманих внаслідок психологічних травм, проходять стреси, депресії і хронічна втома. Занурюючи у звуковий простір, вібраційно-акустична хвиля, створює резонанс, і взаємодіючи з органами і функціями організму, запускає механізми реабілітації (самовідновлення), які продовжують працювати і надалі протягом тривалого часу.

Ультразвукова терапія - це метод терапії, який заснований на дії на тканини високочастотних звукових коливань з частотою, вище межі чутливості вуха людини. У терапевтичній практиці використовують ультразвук в діапазоні

частот 800-900 кГц. У полі ультразвукових коливань в живих тканинах ультразвук надає механічний, термічний та фізико-хімічний вплив («мікромасаж» клітин і тканин); при цьому активізуються обмінні процеси, підвищуються імунні властивості організму. Ультразвук чинить знеболюючу, спазмолітичну, протизапальну і тонізуючу дію, стимулює крово- і лімфообіг, регенеративні процеси. Під впливом ультразвуку відбувається активізація клітинного обміну і лімфодренажу.

Біорезонансна терапія (БРТ) - це інноваційний метод лікування, де основним терапевтичним ефектом є електромагнітні коливання, спрямовані на організм людини і входять в резонанс з його електромагнітними хвилями. Основний принцип, згідно з яким діє біорезонансна терапія - принцип інверсії. До тіла людини під'єднується електрод, який по кабелю передає електромагнітні хвилі тіла до приладу. Проходячи через прилад, електромагнітні хвилі порівнюються з нормальним спектром хвиль, і якщо вони несуть в собі патологічний хвильовий спектр, то назад в організм направляються електромагнітні коливання нормальної полярності. Це дозволяє усунути патологію в організмі людини, використовуючи його власні ресурси, тобто його електромагнітні хвилі, ніяких зовнішніх хвильових джерел не використовується (ультразвук, низькочастотні коливання).

Біорезонансна терапія сприяє знищенню або зменшенню обсягу патологічної інформації. При цьому відбувається активізація імунних сил організму. Біорезонансна терапія показана при різних видах алергії та її проявах (бронхіальна астма, екзема, нейродерміт, поліноз та ін.) Метод БРТ дозволяє успішно нейтралізувати патології в роботі центральної і периферичної нервової системи (неврози, фобії, енцефалопатії, вегетосудинну дистонію, невралгії, мігрені, неврити, радикуліти, порушення сну). Також ефективно усуваються патології в діяльності травної та сечостатевої систем (пієлонефрит, цистит, коліт, гепатит, холецистит, гастрит, виразка, дисбактеріоз, простатит та ін.) Захворювання опорно-рухового апарату та ендокринні порушення в організмі (ревматизм, остеохондроз, дисфункція щитовидної залози та інсулінозалежний цукровий діабет).

Висновок. Впровадження високочастотної терапії у закладах готельного господарства є перспективною послугою, яка може бути використана при СПА-процедурах або спортивних залах.

Література

1. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент : Навч. посібник / За ред. В.О. Василенка. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с.
2. Сокрут В.Н., Казаков В.Н., Поважная Е.С. и др. Общая физиотерапия и курортология. Учебное пособие. Донецк, 1999.- С.26-40.

18. ОСОБЛИВОСТІ «ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ»

Матюшенко Р.В., ст. викл.,

Голя А.С., студ.,

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

Зелений туризм – відносно новий вид туризму не лише в Україні, а й взагалі в світі, але останнім часом він швидко набуває популярність серед жителів міст. Особливо це стосується мегаполісів, де люди втомлюються від повсякденного життя, та хочуть не лише відпочинку, а й побачити довкілля та природу свого краю, відпочити від технологій та переповненого міста.

Зелений туризм надає можливість відійти від щоденної метушні та насолодитися унікальною природою. Він сприяє додатковому надходженню коштів до бюджету та розвитку економіки. Етнокультура села презентує Україну світу й приваблює туристів з різних країн. Такий вид туризму в перспективі може стати візитівкою нашої країни й залучати більше іноземних туристів.

Для українського села це також додатковий спосіб для залучення робочої сили. Враховуючи те, що невеликі підприємства, що працюють в аграрному секторі, зазвичай існують завдяки самозабезпеченню, і повністю окупаються самі, тож сільський туризм можна віднести до перспективного напрямку підприємництва в сільській місцевості України.

Останнім часом питання розвитку зеленого туризму привертає значну увагу серед вітчизняних науковців, що вивчають досвід цього виду туризму в інших країнах та пропонують вирішення певних питань, що стосуються розвитку зеленого туризму в Україні.

Через сучасні умови життя люди усе сильніше віддаляються від природи, стають більш ізольовані, самотні, більше втомлюються та отримують постійні стреси через психологічне навантаження. У зв'язку з цим одним з найбільш динамічно зростаючих секторів світового туризму є саме зелений туризм. Відпочинок у сільській місцевості приваблює туристів тим, що хоча б недовгий час вони мають змогу пожити у екологічно чистій сільській місцевості, скуштувати традиційну місцеву кухню, отримати заряд здоров'я та бадьорості від місцевої природи, дізнатися більше про культуру своєї країни та побачити певну екзотику. Позитивний вплив на розвиток зеленого туризму в Україні мають наступні чинники: зростання попиту на відпочинок у сільській місцевості; унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл; значні рекреаційні ресурси; екологічна чистота сільської місцевості; наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів.

Висновки. Зелений туризм являє собою нову форму підприємницької діяльності і його можна віднести до сфери малого підприємництва, що формує ринкове середовище у вітчизняному агропромисловому комплексі.

19. ОСОБЛИВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ГЕРОДІЄТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Матюшенко Р.В., ст. викл.,

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

XXI століття складний час для життя кожного українця. Поруч із різноманітними екологічними та економічними проблемами, важливого значення набувають ще й соціальні, найголовнішою з яких є «старіння» нації. В Україні кожен четвертий житель - пенсіонер за віком, а кожен п'ятий переступив 50-річний рубіж. За відсотком людей, вік яких перевищує 65 років, Україна займає 11 місце серед країн світу. Це означає, що більше ніж третина населення потребує і буде потребувати особливостей в обслуговуванні, лікуванні, профілактиці різної вікозалежної патології, у тому числі і в організації раціонального харчування, яке суттєво впливає на всі рівні організації організму людини, яка старішає, на тривалість її життя, профілактику та лікування.

З точки зору геронтології такі тенденції в суспільстві диктують необхідність точного та глибокого знання процесів старіння на всіх рівнях біологічної організації, починаючи з молекулярного до рівня цілісного організму з метою розробки раціонального харчування, яке сприяє гальмуванню процесів старіння. Основний принцип первинної профілактики та лікування патологій старості – перехід на адекватне харчування з достатнім вмістом кальцію, магнію, міді, цинку та інших мікроелементів, вітамінів D, A, E, C, групи B, білків та пептидів, необхідних для побудови кісткової та хрящової тканини, ПНЖК і пробіотиків. Тому розробка продуктів геродієтичного харчування із функціональними властивостями є дуже важливою.

На сьогодні при виробництві продукції геродієтичного призначення, найбільш доречним є часткова заміна традиційної сировини на нетрадиційну, введення харчових та біологічно-активних добавок, використання вторинної та нетрадиційної рослинної. Це дає змогу створити збалансовану по всім критеріям продукцію для людей літнього віку.

Для підвищення харчової і біологічної цінності продукту доцільно додавати, овочеві суміші на основі гарбуза, також використання пюре буряка столового та пророслих зерен пшениці. Це дозволить збагатити продукцію геродієтичного призначення корисними речовинами такими, як β -каротином, харчовими волокнами, вітаміном C, вітамінами групи B, мінеральними речовинами. Також для виробництва продукції геродієтичного харчування цікавим є квітковий пилок, який містить всі необхідні поживні речовини - білки, жири, вуглеводи, вітаміни, мінеральні речовини, гормони, які добре впливають на організм похилої людини.

Висновки. Своєчасна організація геродієтичного харчування може зменшити кількість найбільш поширених захворювань людей похилого віку, таких як цукровий діабет, захворювання опорно-рухового апарату. Це також буде сприяти зниженню ризику передчасного старіння, що є одним із факторів досягнення людиною межі її біологічного віку, тобто 90-100 років.

20. ІСТОРІЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ГЛЕМПІНГУ

Матюшенко Р.В., ст. викл.,

Гусак А.О., студ.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Ми живемо у часі споживання. Те що ми зараз вважаємо суспільством комфорту, представляє собою сукупність надмірних людських потреб. Індивідуальне прагнення до комфорту, підсумовуючись утворює суспільство комфорту, складний механізм без якого сучасна людина не бачить своє існування. Тому в останні роки туризм, як ніколи орієнтований на поєднання туриста з природою, але навіть він створюється із забезпеченням всіх зручностей, як для постійного життя (гарячою водою, електрикою, WiFi, санвузлом).

Виходячи з очікувань та вимог сучасних туристів виникає новий вид розміщення – глемпінг. Який поєднує в собі відпочинок на природі та комфорт. Глемпінг (анг. glamping, походить від двох анг. слів glamour - гламурний і camping - кемпінг) – це кемпінг, що включає більш розкішні можливості, ніж ті, що пов'язані з традиційним кемпінгом [1]. Має умови готелю високого рівня і при цьому зберігає відчуття проживання наодинці з природою.

Першими цю бізнес-нішу стали розвивати британці, близько 15 років тому - протягом glamping зародилося на великих музичних фестивалях. Зараз в світі налічується близько тисячі працюючих глемпінгів. За даними британського туристичного бюро Campingselection, ринок глемпів зростає на 21% щорічно, і до 2021 року його обсяг складе вже близько \$ 4 млрд. у доларовому еквіваленті ринок Східної Європи дуже малий в порівнянні із Західною, а в Україні він знаходиться в початковому стані, тому, що у нашій країні є 5 глемпінгів. Але в Рівненській області організували виробництво глемпів «під ключ», це компанія Glamping.UA, яка розробляє і реалізовує повноцінні рішення для глемпінгів, починаючи з інженерної конструкції і закінчуючи дизайнерським оформленням.

Даний вид розміщення передбачає відпочинок на природі, однак зі всіма необхідними умовами для сучасних зручностей. Захоплюючий напрям може бути відносно новим, але концепція глемпінгу (розкішного кемпінгу) насправді існувала вже сотні років тому. Перша згадка про розкішні намети з дотриманням всіх тодішніх зручностей датується початком XXVI ст., коли шотландський граф Атолл підготував величезний похід і розвів великі намети та наповнив їх усіма зручностями власного палацу [2].

Найбільш екстравагантним прикладом наметового життя в історії був, коли король Генріх VIII Англії та Франциск I Франції зустрічались на дипломатичних переговорах в 1520 році. Тоді на півночі Франції було встановлено 2800 наметів. Це були вишукані намети палацового типу. Намети розкішно оформлювались та були забезпеченими усіма зручностями для високоповажних осіб [3].

Також, османи мали показні, палацові намети, що перевозились з однієї військової місії до іншої. Цілі команди вирушали з армією, щоб звести та підтримувати в належному стані імператорські намети.

На початку 1900 років, для багатих мандрівників стало популярним відправлятися в сафарі в Африку. Багаті мандрівники не хотіли відмовлятися від домашніх задовольень. І намети в таборах в сафарі почали пропонувати висококласні варіанти з ліжком, окремою ванною кімнатою, приватними верандами, на обіди почали пропонувати вишукані страви.

В наш час глемпінг, це формат відпочинку на природі з комфортом. Замість спального мішка і намета відвідувачам глемпінга пропонують влаштуватися на ночівлю в «будиночку» з усіма благами цивілізації - ліжками, душем, кондиціонером і електрикою.

У глемпінга і кемпінгу різні цільові аудиторії і різні завдання. У кемпінгах відпочивають активні туристи, які заради перебування на природі готові жертвувати своїм комфортом. У глемпах живуть люди, які хочуть відпочивати на природі, але не готові жертвувати своїм комфортом. Кемпінг - це невелика територія, де турист ставить свій трейлер або намет, а у випадку з глемпінгом туристи приїжджають туди, де стаціонарні глемпи - а вони можуть бути різних розмірів і форм - вже зібрані і готові до використання.

По-перше, глемпінг окупається набагато швидше готелю - за 2-3 роки. По-друге, установка глемпінгу не вимагає ніякої дозвільної документації. Юридично глемп класифікується як звичайна палатка, його можна поставити практично де завгодно, хіба що варто узгодити це з лісництвом - якщо це глемпінг в лісі або в заповіднику, - або з підприємством, яке має це місце на балансі. У деяких випадках вони можуть стягувати за це плату.

В Україні ринку на глемп не було, але був інтерес серед інвесторів і готельєрів. Професіонали цієї сфери спроектували прототипи глемпу, протестували їх на міцність і придатність для використання. В результаті перші замовлення на поставку саме українських глемпів отримали з Польщі і попит на них зростає тому, що вони практичні і відповідають сучасним вимогам.

Висновки. Сьогодні глемпінг не обмежується розміщенням гостей в наметах. Глемпінг, як вид розміщення еволюціонує з'являються нові типи, на даний момент існує глемпінг в юртах, старовинних караванах, сафарних наметах, в міні-будиночках, в будиночках на деревах, вітряних млинах, бочках.

Аналізуючи історичні факти очевидно, що концепція глемпінгу бере початок 500 років тому, але як новий напрям туризму почав розвиватися лише 15 років тому відокремившись від кемпінгу. Та надає можливість відпочивати на природі користуючись всіма відомими зручностями.

Література

1. Поняття «Glamping» за визначенням Oxford English Dictionary [Електронний ресурс] режим доступу: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/glamping>

2. Glamping [Електронний ресурс] режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Glamping>

21. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ АЮРВЕДИЧНИХ ПРОГРАМ ТА ПОСЛУГ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Матюшенко Р.В., ст. викл.,

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

Сучасна медицина, що базується на науковому підході, навчилася справлятися з багатьма захворюваннями, лікування яких раніше здавалося просто неможливим. Проте, як свідчить статистика Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), навіть в розвинених країнах багато людей періодично вдаються до допомоги нетрадиційних, народних методів лікування.

Одна з найпопулярніших нетрадиційних систем лікування – Аюрведа. В Індії Аюрведа визнана офіційною медициною нарівні з сучасною медичною наукою. Має у своєму розпорядженні власну концепцію з серйозною науковою базою, унікальні методики і діагностики, а головне - багаторічний досвід лікування і профілактики захворювань людського організму. Головна перевага аюрведичної терапії в тому, що вона впливає на причину захворювання і таким чином сприяє відновленню порушених функцій організму. Велике значення в Аюрведі приділяється профілактиці.

Основний напрямок аюрведичної діяльності – програми очищення й омолодження організму з масажем, лікарськими травами і рекомендаціями з харчування.

Проте необхідно чітко розуміти різницю між аюрведичним лікуванням (в клініці) та просто відпочинком в готелі з наданням аюрведичних послуг.

Аюрведичні клініки – організовані на кшталт лікарні з особливим режимом і невеликим ступенем свободи. В аюрведичних клініках все направлено виключно для максимальної ефективності лікування.

Готелі, що надають аюрведичні програми та послуги, спрямовані більше на відпочинок та додатково пропонують лише розслаблюючі процедури (переважно класичні аюрведичні олійні масажі), та виключають з лікувального процесу деякі важливі процедури.

Провівши аналіз розвитку аюрведи в Україні, можна зробити висновок, що аюрведичні клініки та готелі лише починають з'являтися на нашому ринку, тож їх загалом існує невелика кількість. Так, наприклад, у центрі ведичної медицини «РАСАЯНА», що знаходиться в Києві, регулярно проходять навчальні курси «Основи аюрведичної медицини і панчакарма». Також у Києві знаходяться клініка «Аюрведа-192». Вона пропонує спектр послуг, спрямованих на відновлення здоров'я і відтворення єдності людини і природи.

Щодо SPA-готелів, то можна виділити два, які пропонують найбільш широкий спектр послуг Аюрведи це: «Шамбала» у м. Запоріжжі та «Цунамі» у Дніпрі.

Отже, цей напрям є перспективним, в першу чергу, в місцях значних туристичних потоків. Високий рівень сервісу, оптимальний набір методик системи Аюрведи надасть конкурентну перевагу вітчизняним підприємствам гостинності і збільшить привабливість України для туристів.

22. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СТРУКТУРОУТВОРЮВАЧІВ У ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ХЛІБА

Медвідь І.М., асист.,
Шидловська О.Б., к.т.н., доц.,
Доценко В.Ф., д.т.н., проф.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вирішальний вплив на якість хлібобулочних виробів мають властивості борошна як основної сировини для їх виробництва. Так, традиційною і найвищою за якістю сировиною для приготування хліба є пшеничне борошно. Проте, зростання захворюваності на целиацію у всьому світі потребує застосування безглютенових видів борошна [1], серед яких найбільш поширеними є рисове, кукурудзяне та гречане.

Особливої уваги заслуговує рисове борошно, яке відрізняється високим вмістом вітамінів групи В, токоферолу, біотину, мікроелементів (цинк, залізо, магній, калій, кальцій, фосфор), крохмалю та є гіпоалергенним. Проте, дана сировина характеризується низькими хлібопекарськими властивостями, що пов'язано з неможливістю утворення клейковинної мережі в тісті у разі її використання при виготовленні хліба. Це обумовлено відсутністю в рисовому борошні білків гліадину та глютеніну, які приймають участь у формуванні необхідних структурно-механічних властивостей тіста, що забезпечують високі показники якості готових виробів. У зв'язку з цим, існуючі технології безглютенового хліба, в тому числі із застосуванням рисового борошна, ґрунтуються на додатковому використанні харчових добавок та нових рецептурних компонентів, які відіграють роль регуляторів структури тіста.

З метою моделювання хлібопекарських властивостей пшеничного борошна в разі приготування безглютенового тіста широкого застосування набувають гідроколоїди. Так, в якості структуроутворювачів використовують різні види натурального та модифікованого крохмалю (картопляний, кукурудзяний, тапіоковий тощо), мікробні полісахариди, модифіковану целюлозу (карбоксиметилцелюлоза та гідроксипропілметилцелюлоза), ксантанову і гуарову камеді. Харчові гідроколоїди беруть участь у формуванні структури безглютенових виробів та вважаються основними замінниками пшеничної клейковини. Завдяки підвищеній водопоглинальній здатності, ці сполуки впливають на консистенцію безглютенового тіста, підвищуючи його газоутримувальну здатність, чим покращують здатність тістових заготовок утримувати форму в процесі вистоювання і випікання.

В даний час недостатньо вивченим є механізм впливу похідних целюлози, а зокрема гідроксипропілметилцелюлози (ГПМЦ), на поліпшення якості безглютенового хліба. ГПМЦ отримують шляхом хімічного зв'язування гідроксипропільних і метильних груп з целюлозним хребтом β -1,4-D-глюкану. Ця хімічна модифікація призводить до утворення водорозчинного полімеру з високою поверхневою активністю та унікальними властивостями щодо його

гідратаційних характеристик як у розчині, так і під час зміни температури. Так, у розчиненому стані при більш низьких температурах ГПМЦ має високу водоутримувальну здатність та значно підвищує в'язкість харчової системи. При нагріванні ланцюги ГПМЦ зневоднюються і в'язкість розчину зменшується внаслідок спінодального розпаду. Однак, до завершення дегідратації ГПМЦ утворює сильні гідрофобні зв'язки з іншими ланцюгами сполуки, що призводить до утворення гелю та збільшення в'язкості при більш високих температурах [2]. Очевидно, ці властивості ГПМЦ сприятимуть зменшенню втрат вуглекислого газу під час бродіння безглютенового тіста і на початковій стадії випікання. Крім того, мережа ГПМЦ, що утворюється під час випікання, може виступати в якості бар'єру для дифузії газу, зменшуючи втрати водяної пари, і таким чином збільшувати кінцеву вологість хліба. Можна припустити, що ГПМЦ сприятиме уповільненню швидкості ретроградації крохмалю в готових виробах, внаслідок чого вони довше зберігатимуть свіжість.

Ефективним заходом імітування клейковинного каркасу в технології безглютенових хлібобулочних виробів є використання поверхнево-активних речовин (ПАР), молекули яких мають дипольну будову, тобто містять гідрофільну та ліпофільну групи (DATEM, стеароїллактат натрію, дистильовані моногліцериди, лецитин). У тісті ПАР вступають у взаємодію з крохмальною фракцією борошна та жировими компонентами, утворюючи складні комплекси, що й обумовлює покращення структурно-механічних властивостей тіста і якості хліба. Зі зростанням тенденції до здорового харчування перспективним є використання лецитинів, які не тільки виконують роль ПАР, а й являються цінним джерелом фосфоліпідів. Одним з напрямків дії лецитину є суттєвий вплив на покращення газоутримування в тісті та підвищення кількості адсорбційно зв'язаної вологи в хлібі. Крім цього, на відміну від синтетичних ПАР, лецитин покращує бродильну здатність тіста за рахунок його пластифікації і наявності холіну, який позитивно впливає на стан дріжджових клітин.

Висновок. Таким чином, з огляду на наведені дані, можна стверджувати про доцільність корегування структурно-механічних властивостей безглютенового тіста з рисового борошна шляхом використання ГПМЦ та лецитину.

Література

1. Шаніна О.М., Лобачова Н.Л., Зверев В.О. Вплив ферменту трансглютаміназа на властивості білків борошна // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2014. – № 5/11 (71). – С. 28–33.
2. José R. Kobylański, Oscar E. Pérez, Ana M.R. Pilosof. Thermal transitions of gluten-free doughs as affected by water, egg white and hydroxypropylmethylcellulose // *Thermochimica Acta*. – 2004. – № 411. – P. 81–89.

23. БАТЛЕР, ЯК LUXURY ПОСЛУГА В СУЧАСНИХ ГОТЕЛЯХ

Мирошник Ю.А., асист.,

Іщенко Т.І., к.т.н., доц.,

Доценко В.Ф., д.т.н., проф.,

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

Готельний бізнес на сьогодні є досить перспективним в піднесенні та інвестуванні. Цьому сприяє стрімкий розвиток технологій в галузі гостинності, який поставив перед готельєрами два основних завдання: отримати більше клієнтів, організувавши максимальну кількість продажів, і завоювати клієнта, зробивши його постійним гостем.

Українська сфера гостинності є однією зі складових міжнародної туристичної індустрії, що розвивається досить швидкими темпами. Згідно даних, які надає Всесвітня рада з подорожей та туризму (The World Travel & Tourism Council (WTTC)), на частку індустрії гостинності припадає 10,4% від світового ВВП. У 2017 році загальний внесок подорожей та туризму до ВВП України становив 147,2 млрд. грн. (5,7%). Загальна кількість робочих місць у світі, що так чи інакше стосується сфери туризму складає 9,9% [1].

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

У готельному бізнесі жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті засоби розміщення, які пропонують своїм гостям якісні готельні послуги, що неможливо здійснити без висококваліфікованого і мотивованого персоналу.

З кожним роком рівень вимог туристів до обслуговуючого персоналу та асортименту додаткових послуг готельних комплексів зростає. Клієнти не бажають платити високу ціну за недостатній рівень обслуговування. Одним з істотних недоліків діяльності готелів України є недостатня кількість кваліфікованих співробітників, здатних самостійно, на якісному рівні вибудовувати відносини з гостями готелю. При цьому, у Європі та США хорошим вважається той готель, де клієнтам надають відмінний сервіс, а не той, у якого розвинена інфраструктура, великий номерний фонд і розкішні меблі. Головне - це сервіс, а хороший сервіс роблять, як відомо, люди.

За кордоном в готелях категорії 5* вже досить давно розповсюджена послуга "butler service". Батлер - це професіонал високого рівня, який виконує роль сполучної ланки між гостем і службами готелю. Слово «батлер» походить з англійської мови та до цього часу використовується в Європейських королівських сім'ях і резиденціях високого рівня. Українцям буде більш близьким і знайомим слово «дворецький», що означає приблизно те ж саме, тільки корені слова все-таки прирівнюють саме поняття до дореволюційного періоду.

Особистий батлер в готелі має багато найрізноманітніших обов'язків. Він відповідає за процедуру прийому гостя, що передбачає особливу підготовку

номера і знаків уваги перед приїздом клієнта (вітальних листів, компліментів від готелю, візитних карток, тощо). У багатьох готелях світу батлери зустрічають гостей в аеропорту.

Основним обов'язком персонального батлера є інформування гостей з усіх необхідних питань. Дворецький забезпечує персоніфікацію послуг відповідно до вимог гостя. Він також тісно співпрацює з іншими службами готелю з метою забезпечення своєму гостю ексклюзивних послуг.

Першим в Європі готелем, де було введено послуги дворецького для всіх гостей був "Lanesborough" в Лондоні. А відповідальний за створення та навчання персоналу в службі "butler service" Роберт Уотсон в 1998 році відкрив відому у всьому світі Гільдію професійних англійських дворецьких [2].

Найвідомішим європейським готелем з службою дворецьких є "La Réserve Paris - Hotel and Spa", що знаходиться в Парижі. Батлери цього готелю здатні задовольнити будь-яку потребу гостя та здійснити найзаповітніші мрії. Батлер впродовж усього відпочинку гостя залишається з ним на зв'язку через спеціальний додаток в Ipad.

В одному з найдорожчих готелів Туреччини – "Maхх Royal Kemer", кожному гостю прикріплюється персональний асистент. Його функції ідентичні обов'язкам батлера, але назва посади більш сучасна. Персональний асистент в "Maхх Royal" на зв'язку з гостем в режимі 24/7 за допомогою мобільних месенджерів Viber та WatsApp.

Найбільша частка готелів, що пропонують luxury послуги батлерів, зосереджені в одному місті - Дубай, ОАЕ. "Burj Al Arab", "One&Only The Palm", "The Westin Dubai", "Atlantis the palm", "Armani Hotel Dubai" та "Palazzo Versace" – всі ці готелі VIP класу мають високий рівень "butler service". Крім цього, наприклад, готель "The Westin Dubai" пропонує послугу Run Concierge ("консьєрж, що біжить"). При цьому, працівник готелю за бажанням гостя складе йому компанію під час ранкової пробіжки по арабській затоці. Гостю треба лише обрати маршрут: 5, 8 чи 12 км.

В Україні стандартні послуги дворецьких на високому рівні пропонує лише мережа готелів "Premier Palace".

Висновок. Персонал в сфері гостинності є важливою складовою частиною готельного обслуговування і, отже, якість готельного обслуговування залежить від його кваліфікації, майстерності, мотивації, залучення в ефективну роботу готелю. Сьогодні, для забезпечення гостей максимальним комфортом українським готельєрам необхідно звернутися до закордонного досвіду і запровадити в вітчизняних готелях нові посади, що будуть в повній мірі задовольняти потреби сучасних споживачів у сфері гостинності.

Література

1. Офіційний сайт Всесвітня рада з подорожей та туризму – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wttc.org>
2. Офіційний сайт Гільдії професійних англійських дворецьких – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.guildofbutlers.com/>

24. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ

Нікітіна Т.А., к.е.н., доц.,

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

Однією з проблем підприємств сучасної готельної індустрії України, є низький рівень конкурентоспроможності готельного продукту. Причинами цього є надмірно високий податковий тиск, постійні зміни у нормативній базі та інші фактори, що негативно впливають на співвідношення рівня ціни та якості надання готельних послуг. У зв'язку з цим актуальним є дослідження підвищення якості готельних послуг, як основного чинника, що забезпечує конкурентоспроможність готельного продукту.

У дослідженні були використані метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених.

Конкурентоспроможність – це певна характеристика товару, що складається з суми його споживчих властивостей, відмінних від схожих товарів конкурентів. Конкурентоспроможність готельного продукту, визначається його конкурентними перевагами, серед яких виділяють якість готельного продукту, ціна готельних послуг, здатність готелю просунути продукт на ринок з відповідним попитом споживачів (реклама, імідж готелю), а також ситуація на ринку та коливання попиту на готельні послуги.

Основні складові конкурентоспроможності готельного продукту можна розділити на дві групи. Перша – це комплексна якість готельного продукту. До неї відносять стан матеріально – технічної бази готелю, технології обслуговування, відсутність недоліків та безпека, компетентність персоналу, асортимент та рівень якості додаткових послуг, внутрішні стандарти якості. Друга група – це економічна характеристика послуги, зокрема ціна готельного продукту. Поєднання комплексної якості готельного продукту та економічної складової дає можливість отримати певні конкурентні переваги готельного продукту, що безпосередньо впливають на рівень задоволення очікувань гостей готелю, імідж готелю і в кінцевому підсумку на конкурентоспроможність готельного продукту.

Висновок. Одним з напрямків подолання проблем підприємств сучасної готельної індустрії України є підвищення конкурентоспроможності готельних послуг, зокрема посилення конкурентних переваг та іміджу готелю. Питання підвищення якості готельних послуг та введення інновацій готелем мають першочергове значення у вирішенні цієї проблеми.

Література

1. Подлепіна П.О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна № 1042 – 2013, С. 128- 131.

2. Леонт'єва А. Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств / А. Ю. Леонт'єва, К.А. Рудакова // Наук.-техн. збірник. –2012. – №102. – С. 499-503.

25. СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГАСТРОНОМІЇ

Новікова В.В., магістр,

Бондар Н.П., к.т.н., доц.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Сучасний світ має різні смаки та вподобання у харчуванні. Проте, не зважаючи на незліченну кількість різноманітних кухонь світу та кулінарних ноу-хау, представлених сьогодні на ринку ресторанної продукції, суспільство потребує нових смаків та гастрономічних поєднань.

В Україні хвиля «сучасної» їжі вже завершується. Людству приївся смак піци, суші та бургерів. І якщо зараз найпопулярнішими закладами є ресторани «сучасної» їжі, то вже за кілька років це місце займуть ті заклади, в яких будуть подавати саме страви української кухні.

Під час виконання роботи використано загальнонаукові методи аналізу та порівняння. Проаналізовано дані щодо різноманіття гастрономії в світі і, зокрема, Україні та висвітлено шляхи розвитку сучасної української кухні.

Аналізуючи розвиток національної гастрономії слід приділити увагу локальній продовольчій сировині та продукції, яка вирощується або виробляється на території України. А її у нас багато, особливо в південних та західних регіонах. Будь-яку страву, ризотто або суп «Мінестроне», можна приготувати вишуканою і неповторною, всього лише замінивши традиційні інгредієнти на місцеві продукти. Використання «свого продукту», нового чи вже добре вивченого, має декілька вагомих переваг.

По-перше, така продукція завжди свіжа, оскільки не потребує тривалого транспортування з інших країн.

По-друге, це значною мірою знизить її собівартість (немає потреби у транспортних, логістичних витратах та ін.), і, відповідно, тим дешевше буде коштувати готова страва.

Невід'ємною складовою процесу розробки та вдосконалення є також моніторинг сучасних світових тенденцій, новітнього обладнання, способів та технологій приготування – усе це буде сприяти свідомому вибору, обґрунтуванню та створенню шедевр українського виробництва.

Висновки. Сьогодні українська кухня має всі шанси стати найзатребуванішою та найпопулярнішою в світі. Натуральний смак, локальні продукти та оригінальна подача – головні тренди нової української кухні, які здатні підняти українське кулінарне мистецтво на якісно новий, світовий рівень.

Література

1. Доцяк В.С. Українська кухня. Навч. видання / В.С. Доцяк. – Львів: «Оріяна-Нова» 1998. – 567 с.

2. Клопотенко Є.В. Чому українська кухня стане найпопулярнішою в світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://style.nv.ua/ukr/>

3. Смоляр В.І. Формування і розквіт української кухні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://medved.kiev.ua>

26. РОЗШИРЕННЯ СПЕКТРУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ

Поминчук І.Ю., магістр,
Кирпіченкова О. М., к.т.н., доц.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Життя сучасної людини у великому місті все більше стає схожим на постійне перебування в якомусь офісі, який обплутаний павутиною дротів і нашпигований пристроями для створення комфорту. Малорухливий спосіб життя веде до розвитку різноманітних захворювань.

Активний відпочинок - це вид відпочинку, при якому людина може скинути вантаж втоми, що накопичилася, за допомогою фізичних вправ. Вченими давно доведено, що при активному відпочинку людина відновлює свої сили в рази швидше і всі системи починають працювати без перебою.

У світі досить велика кількість готелів, які є цікавими та комфортним для тих, хто бажає провести в них свій відпочинок. Але готелів, які пропонують окрім комфортного розміщення туристів, ще й можливість активного відпочинку, досить невелика, хоча популярність їх висока. Тому створення готелю з центром активного відпочинку є актуальним. Суть цього центру буде надання туристичних та спортивних послуг для всіх верств населення, в тому числі для осіб з обмеженими можливостями.

Медичні показання до занять спортом в Києві мають понад 400 тисяч людей з обмеженими можливостями здоров'я, але тільки 10% мають можливість займатися спортом. Цю ситуацію пов'язують з недоліком спеціальних програм і фітнес-тренерів, які вміють професійно працювати з людьми з інвалідністю, а також з відсутністю тренажерних залів для людей з обмеженими можливостями.

Такий зал є соціально необхідним, оскільки більшість людей з обмеженими можливостями не мають можливості ходити в існуючі спортивні зали, також такий зал необхідний при готелі, оскільки серед подорожуючих є і люди з обмеженими можливостями і жоден готель Києва не пропонує додаткові послуги, саме для цієї категорії людей.

В готелі також планується школа велотуризму для осіб з обмеженими можливостями, обладнана спеціальним інвентарем для проведення велотуру. В штаті центру буде інструктор.

Також в центрі проектується фітнес-зал для людей з обмеженими можливостями. Завдяки регулярним заняттям у людей з інвалідністю покращиться самопочуття, кисневий обмін, підвищиться: стійкість до захворювань, збільшиться рухова активність, розшириться діапазон рухів.

Висновок. Створення в готелі центру активного відпочинку для осіб з обмеженими можливостями буде для них одним зі способів «розірвати» замкнений простір, увійти в соціум, знайти нових друзів, отримати можливість для спілкування, пізнання світу. Займаючись фізкультурою, вони знову пізнають радість руху, навчаться перемагати, усвідомлять той факт, що інвалідність не є вироком.

27. ВИЗНАЧЕННЯ ТРИВАЛОСТІ ЗБРОДЖУВАННЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ БРОДІННЯ В УМОВАХ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Рідкоус В.В., к.т.н., доц.,

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

До безалкогольних напоїв бродіння відносяться напої, виготовлені шляхом ферментації різного за складом сусла культурами мікроорганізмів, з протіканням переважно спиртового або незавершених молочнокислого і супутнього йому спиртового бродіння, з об'ємною часткою етанолу не більше ніж 0,5 %.

Актуальною задачею для не перевищення концентрації етанолу в отримуваних безалкогольних напоях бродіння у закладах готельно-ресторанного господарства є оперативність і простота замірів накопичення етанолу в суслі. Нами запропонований аналітико-манометричний метод визначення концентрації етанолу в суслі.

Для експериментальної оцінки методу готували солодово-цукрозне сусло (1:1) концентрацією 10 % мас., яке зброджували при 30 °С періодичним способом 0,05 % мас. (по сухих речовинах) пресованими хлібопекарськими дріжджами. Концентрацію етанолу в суслі розраховували по об'ємах сусла і вільного газового простору в бродильному циліндрі та тиску, що створюється виділенням діоксидом вуглецю. Значення концентрації етанолу в суслі порівнювали з контрольними значеннями, визначеними дистиляційним методом [1]. Перевірка цього методу в лабораторних умовах здійснювалась на приладі для визначення бродильної активності дріжджів [2].

В початковому суслі перед збродженням завжди знаходиться певна кількість розчиненого повітря. Розчинність повітря у воді при 30 °С у 42,6 рази менша, ніж розчинність діоксиду вуглецю, тому впливом цієї величини при розрахунках нехтували.

Оскільки в об'ємі газового простору бродильного циліндра перед збродженням сусла знаходиться повітря, то надлишковий тиск в ньому обумовлюється тільки накопиченням діоксиду вуглецю.

Об'ємну частку етанолу в суслі розраховували за формулою:

$$q_{et} = \frac{1,0468 \cdot \rho_{CO_2} \cdot \left[\frac{0,92 \cdot \alpha_t \cdot V_t \cdot (P_t + B)}{101325} + \frac{273,15 \cdot (490 - V_t) \cdot (P_t - p_t)}{101325 \cdot (273,15 + t)} \right] \cdot 100}{1000 \cdot d_{et} \cdot V_t} =$$

$$\frac{1,0468 \cdot 1,9768 \cdot \left[\frac{0,92 \cdot 0,665 \cdot 300 \cdot (98066,5 + 100000)}{101325} + \frac{273,15 \cdot (490 - 300) \cdot (98066,5 - 4242)}{101325 \cdot (273,15 + 30)} \right] \cdot 100}{1000 \cdot 0,7793 \cdot 300} = 0,46 \% \text{ об.},$$

де q_{et} – об'ємна частка етанолу в суслі, % об.;

1,0468 – коефіцієнт перерахунку маси вуглекислого газу в масу етанолу;

ρ_{CO_2} – густина вуглекислого газу при нормальних умовах, г/дм³

($\rho_{CO_2} = 1,9768 \text{ г/дм}^3$);

0,92 – коефіцієнт перерахунку розчинності діоксиду вуглецю у суслі в порівнянні з водою (для збродженого сусла, з концентрацією сухих речовин 9,0 % мас. та етанолу 0,5 % об.);

α_t – розчинність діоксиду вуглецю у воді при температурі 30 °C, $\text{см}^3/\text{см}^3$, (об'єм діоксиду вуглецю приведений до нормальних умов – для температури 0 °C і атмосферного тиску 101325 Па) ($\alpha_t = 0,665 \text{ см}^3/\text{см}^3$);

V_t – об'єм зброджуваного сусла при заданій температурі, см^3 ($V_t = 300 \text{ см}^3$);

P_t – надлишковий тиск в бродильному циліндрі при заданій температурі, Па ($P_t = 98066,5 \text{ Па}$);

B – барометричний тиск під час проведення досліду, Па ($B = 100000 \text{ Па}$);

490 см^3 – “постійна” приладу для визначення бродильної активності дріжджів;

p_t – тиск насиченої водяної пари при заданій температурі, Па ($p_t = 4242 \text{ Па}$);

t – задана температура, °C ($t = 30 \text{ °C}$);

100 – коефіцієнт перерахунку у відсотки;

1000 – коефіцієнт перерахунку дм^3 в см^3 ;

d_{et} – густина 100 % етанолу при заданій температурі, г/см^3 ($d_{et} = 0,7793 \text{ г/см}^3$).

Таким чином, для відомих об'ємів сусла і газового простору та заданого тиску в бродильному циліндрі, можна визначити концентрацію етанолу в суслі.

Для уповільнення процесу бродіння і припинення накопичення етанолу, необхідно провести різке заохолодження напою до $0 \div 2 \text{ }^\circ\text{C}$.

Розраховані та контрольні значення концентрацій етанолу в суслі для різних надлишкових тисків не відрізнялися більше ніж на $\pm 2,5 \%$. При знаходженні концентрації етанолу в суслі аналітико-манометричним методом, мінімальні похибки головним чином залежать від точності вимірювань тиску діоксиду вуглецю в бродильному циліндрі і становлять при використанні даного типу манометра $\pm 1,5 \%$.

Висновки. На підставі проведених експериментів доведена можливість відстежування тривалості бродіння сусла по визначенню концентрації етанолу в ньому аналітико-манометричним методом в умовах закладів готельно-ресторанного господарства.

Заміри тиску в бродильному апараті можна здійснювати манометром постійно з високою точністю, що дає можливість проводити моніторинг концентрації етанолу в суслі.

Література

1. ДСТУ 7101:2009 Продукція безалкогольної промисловості. Методи визначання спирту. Зміна № 1. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=74227 (дата звернення: 20.01.2019)

2. Рідкоус, В. В. Визначення бродильної активності дріжджів по вуглекислому газу манометричним методом. Наукові праці НУХТ. 2018. Т. 24. № 6. С. 211-219.

28. БОРОШНЯНІ КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ ЗІ ЗНИЖЕНИМ ГЛІКЕМІЧНИМ ІНДЕКСОМ

Сахненко К.О., магістр,

Сильчук Т.А., к.т.н, доц.,

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

Назар М.І., к.т.н.,

*Львівський коледж харчової і переробної промисловості НУХТ
м. Львів*

На сьогоднішній день існує необхідність створення продуктів підвищеної харчової цінності через зниження якості харчування населення, порушення якості життя та індексу здоров'я людей. Спосіб життя на 70% впливає на здоров'я населення, найважливішим чинником якого є харчування.

В останні роки на території України стрімко зростає кількість захворювань, найпоширенішими з яких є цукровий діабет та ожиріння. В свою чергу, це пов'язано з надлишковим споживанням легкозасвоюваних вуглеводів. Тому доцільно впроваджувати технології продуктів підвищеної харчової цінності зі зниженим показником глікемічності, у вигляді сировини, яка є збагаченою харчовими волокнами, що сприятиме зменшенню рівню глюкози в крові. Більша частина вуглеводів надходить до організму людини з хлібобулочними та борошняними кондитерськими виробами, але це переважно легкозасвоювані вуглеводи [1]. Забезпечення населення здоровими продуктами харчування, які будуть відповідати фізичним потребам організму є проблемою, яку необхідно вирішувати.

Досліджували збагачення борошняних кондитерських виробів функціональними інгредієнтами, в рецептуру яких поряд з фруктозою та фруктами, а саме фініками, було включено цільозернове борошно. Використовували загальноприйняті та спеціальні методи досліджень.

Глікемічний індекс – це показник швидкості розщеплення продуктів з подальшим утворенням основного енергоджерела – глюкози. Чим вище показник глікемічного індексу в продукті, тим швидше засвоюється глюкоза і відбувається формування жирових відкладень. Борошняні кондитерські вироби мають високий глікемічний індекс, обумовлений наявністю в них легкозасвоюваних вуглеводів, значної кількості крохмалю. Зниження глікемічного індексу не можливо досягти лише заміною цукру цукрозаміниками. Тому є потреба поряд з заміною цукру збагачувати вироби функціональними інгредієнтами з низьким глікемічним індексом.

Фруктоза - це моносахарид, який використовують при виготовленні виробів для людей з порушеним вуглеводним обміном. Фініки - це справжнє джерело корисних мікро- і макроелементів, які необхідні для нормальної життєдіяльності людини. До них відносять: мідь, марганець, залізо, магній, цинк, калій, натрій, фосфор, алюміній, кадмій, бор, сірку і кобальт.

Високий глікемічний індекс фініків робить їх практично незамінними

ліками при першій допомозі хворим на цукровий діабет першого типу. У разі різкого падіння цукру в крові настає важкий стан хворого, який вимагає швидкого введення в організм глюкози, а фініки володіють тією формою глюкози, яка дуже швидко всмоктується. При цьому у хворих на цукровий діабет нормалізується артеріальний тиск, знижується рівень холестерину в крові, поліпшується імунітет, робота шлунково-кишкового тракту.

Цільнозернове борошно отримують разовим помелом зерна, без просіювання, завдяки чому в ньому залишається багато вітамінів, мікро та макроелементів. Вживання страв з борошна разового помелу позитивно впливає на серцево-судинну систему, стимулює перистальтику шлунку.

Борошняними кондитерськими виробами, які користуються великим попитом у всіх груп населення є маффіни. Зовні вони подібні до кексів, але за рецептурним складом і технологією маффіни значно відрізняються. Маффіни мають більш ніжну і легку структуру м'якушки, розвинену пористість, приємний смак і аромат [2, 3].

Аналізували маффіни класичні (з пшеничного борошна першого сорту та цукру), маффіни з фруктозою без цукру на цільнозерновому борошні, маффіни з фініками без цукру на цільнозерновому борошні. Встановили, що найбільший глікемічний індекс в маффінах з фініками – 135 од./100 г виробу. В маффінах класичних цей показник становить 124 од./100 г, а в маффінах на фруктозі – 96 од./100 г. Заміна цукру на фруктозу зменшує глікемічний індекс на 22,6 %.

Енергетична цінність маффінів класичних з цукром становить 276 ккал/100 г, маффінів на фруктозі – 206,5 ккал/100 г, найменшу калорійність мають маффіни з фініками – 202,5 ккал/100 г. Якість готової продукції характеризували за органолептичними та фізико-хімічними показниками, а для загальної оцінки використовували комплексний показник якості.

Висновок. Розширення асортименту борошняних кондитерських виробів з використанням фруктози та фруктів, з використанням цільнозернового борошна підвищує харчову цінність виробів, знижує їх глікемічний індекс та задовольняє попит споживачів на борошняні кондитерські вироби.

Література

1. Скурихин, И.М., Тутельян, В.А. Химический состав российских пищевых продуктов: справочник. Москва: ДеЛиПринт, 2002. - 236 с.
2. Дорохович, А.М. Дослідження процесу випікання маффінів на сахарозі (цукрі білому кристалічному), фруктозі і лактулозі / А. М. Дорохович, Н. П. Лазоренко // Прогресивна техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. - 2012. - № 1 (15). - С. 414-422.
3. Дорохович, А.М. Маффіни на безглютеновому борошні для хворих на целіакію / А.М. Дорохович, Н.П. Лазоренко // Ukrainian Food Journal. - 2012. - № 1. - С. 61-58.
4. Патент 40623 Україна, МПК А 23 L 1/10. Спосіб визначення показника глікемічності харчового продукту/ Дорохович А. М., Ковбаса В. М., Гуліч М. П., Дорохович В. В., Яременко О. М.; заявник та патентовласник Національний університет харчових технологій. – заявл. 10.07.08 ; опубл. 27.04.09, Бюл. № 8.

29. ЗБАГАЧЕННЯ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ КАЗЕЇНОМ

Сорочинська О.С., аспірант,
Дробот В.І., д.т.н., проф.,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), Київ

Низький вміст білка у безглютенових хлібобулочних виробках з крохмалю та борошна круп'яних культур спонукає до збагачення їх білками безглютенової високобілкової сировини.

У досліджах використовували суміш кукурудзяного, картопляного крохмалів і борошна сорго у співвідношенні 60:10:30, молочний міцелярний казеїн «Ingredia» (Франція) з вмістом білка ($85 \pm 1,0$) % у сухій речовині, структуроутворювач у складі гуар; гідроксипропіл – метилцелюлоза за співвідношення 60:40. Тісто готували безопарним прискореним способом без бродіння. Показники технологічного процесу та якості виробів визначали загальноприйнятими методами.

Встановлено, що додання казеїну в кількості 3,0; 5,0; 7,0 % порівняно зі зразком без казеїну практично не впливає на початкову кислотність тіста, проте знижує кінцеву. За його присутності в тісті продовжується тривалість вистоювання тістових заготовок, що є наслідком зниження активності мікрофлори тіста в умовах підвищення значення рН та погіршення доступу поживних речовин до дріжджових клітин. Це підтверджено зменшенням виділення CO₂ за час бродіння тіста. Тісто з казеїном дещо розріджується внаслідок високої водопоглинальної здатності цієї добавки, що зумовлює зменшення набухання складових сорго, збільшення вмісту рідкої фази у тістовій системі. Спостерігається також погіршення газотримувальної здатності тіста. Вказані зміни поглиблюються зі збільшенням внесення казеїну у тісто, що зумовлює зменшення на 3...5 % об'єму хліба та на 1,0 % пористості порівняно з контролем. Поряд з цим м'якушка хліба була еластичною, пористість рівномірною, тонкостінною, смак приємний. Кращі показники якості мав хліб за умови включення до рецептури 5,0 % казеїну. Така кількість казеїну забезпечує збільшення в хлібі вмісту білка більш як удвічі.

Висновок. Встановлено доцільність використання казеїну міцелярного у кількості 5,0 % до маси крохмале-соргової суміші з метою забезпечення безглютенових виробів білками.

Література

1. Ткачук Ю.М. Технологія хлібобулочних виробів, збагачених молочними білками : автореф. дис. канд. техн. наук . Нац. ун-т харч. технол. Київ, 2016.

30. ЯГІДНА НАЧИНКА ДЛЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Цирульнікова В.В., к.т.н., доц.,

Різник А.О., асист.,

Тищенко О.М., ст. викл.,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), Київ*

Кондитерські вироби з ягідними, плодово-ягідними та фруктовими начинками користуються популярністю у гостей закладів ресторанного господарства, тому практично завжди є в меню. Однак, широкому застосуванню начинок з варення, джемів, повидла перешкоджає погіршення їх якісних показників при тривалій температурній дії під час випікання виробів. Необхідні технологічні показники даним начинкам можна надати за рахунок застосування технології – желефікації.

Під час проведення досліджень в якості матеріалів використовували обліпихове варення, альгінат натрію. Фізико-хімічні та структурно-механічні показники сировини, напівфабрикатів, готової продукції визначали загальноприйнятими та спеціальними методами [1, 2]. Зокрема, термостабільність отриманих начинок визначали за методикою, розробленою у МТХП, в основі якої лежить принцип моделювання температурної дії, її тривалості на досліджений продукт при визначених умовах [1].

За основу для виготовлення начинки обрано обліпихове варення.

Обліпіха в народі відома під назвами «помаранчева королева», «чудо-ягода», «лісова аптека» і навіть «вітамінний концентрат», відноситься до плодових рослин, культурні та дикорослі форми яких, завдяки невибагливості до кліматичних умов, набули широкого поширення в різних регіонах Азії, Європи і Північної Америки.

Лікувально-профілактична дія обліпіхи та варення з неї ґрунтується на значному вмісті біологічно активних речовин, зокрема вітамінів С, В₁, В₂, Е, К, Р, флавоноїдів, каротиноїдів, фолієвої кислоти, мікроелементів (натрію, магнію, калію, кальцію, фосфору, тощо). Ягоди обліпіхи містять холін, бетаїн, кумарини, фосфоліпіди, фруктозу і глюкозу, яблучну, лимонну, винну кислоти, дубильні речовини. Плоди обліпіхи з приємним кисло-солодким смаком і особливим ананасовим ароматом. Обліпихове варення не втрачає своїх цілющих властивостей при термічній обробці.

Плоди обліпіхи низькокалорійні – 30 ккал /100 г. Вміст сухих речовин становить від 10 до 25 %. Серед сухих речовин переважають вуглеводи, основна частка яких представлена цукрами – глюкозою, фруктозою і сахарозою в кількості від 0,6 до 9,0 %. Обліпіха з низьким вмістом пектинових речовин, 69...85 % яких представлені протопектинами [3-5].

Вміст білків в плодах обліпіхи не перевищує 1%, але амінокислотний склад повноцінний. За даними [4, 5] загальний вміст амінокислот знаходиться в межах 210...235 мг / 100 г плодів.

Термостабільну начинку на основі обліпихового варення готували желефікацією. В основі даної технології – реакція альгілату натрію з цитратом натрію та глюканатом кальцію, в результаті якої утворюються термостабільні драглі, здатні витримувати високі температури при звичайних умовах випікання. Крім того, рецептурними компонентами начинки є вода, цукор та лимонна кислота.

Досліджуючи термостабільність модельних зразків, підібрано оптимальну рецептурну композицію начинки. При температурі 140°C впродовж 10...25 хв начинка не змінює своїх властивостей: зберігає форму, колір, аромат, смак, структуру та не розтікається. Зі збільшенням в рецептурі концентрації альгілату натрію збільшується вологоутримуюча здатність начинки, стійкість до дії температури та скорочується час гелеутворення. Однак, начинка не проявляє абсолютну термостабільність, бо не витримує температурного режиму 220°C впродовж 15 хв.

За органолептичними та фізико-хімічними показниками отримана обліпихова начинка відповідає вимогам нормативної документації на аналогічні продукти, має характерний приємний колір, смак, пружну желеподібну консистенцію, тримає форму та не розтікається.

Висновок. Доведена ефективність застосування технології желефікації для виготовлення термостабільних начинок. Розроблену термостабільну начинку доцільно використовувати в закладах ресторанного господарства при виготовленні кондитерських виробів закритого типу, температура в середніх шарах яких при випіканні не перевищує 130°C.

Література

1. Корецька, І. Л. Технологічні аспекти до використання фруктових начинок при виробництві кондитерських та хлібобулочних виробів / І. Л. Корецька // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2013. – № 6 (103) – С. 11-12.
2. Патент 73798 UA, МПК A23L 1/00. Термостабільна начинка для борошняних кондитерських виробів / Оболкіна В.І., Йовбак У.С., Камбулова Ю.В., Крапивницька І.О.; заявник Національний університет харчових технологій. - № 2012 03118; заявл. 16.03.2012; Опубл. 10.10.2012, Бюл. № 19.
3. Lalit M. Sea buckthorn berries: A potential source of valuable nutrients for nutraceuticals and cosmoceuticals ?text? / Lalit M. Bal, Venkatesh Meda, S.N. Naik, Santosh Satya // Food Research International. – 2011. - N 44. – P. 1718–1727.
4. Яковлева, Т. П. Пищевая и биологическая ценность плодов облепихи [текст] / Т. П. Яковлева, Е. Ю. Филимонова // Пищевая промышленность. - 2011. - №2. – С. 11-13.
5. Обліпихове пюре в технології бельгійських вафель [Текст] / В. М. Шелудько, Т. Г. Неборак // Новітні тенденції у харчових технологіях, якість і безпечність продуктів [Текст] : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф., 16-17 квіт. 2015 р. / Львів. ін-т економіки і туризму ; упоряд. І. О. Бочан, [та ін.]. – Львів : Ліга-Прес, 2015. – С. 39–41.

31. СИСТЕМИ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛАХ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ющенко О., студ.,

Люлька О.М., к.т.н., доц.,

Губеня В.О., к.т.н., доц.,

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

Доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR) – два популярні напрями інформаційних технологій сьогодні. Ці технології не можна повністю відносити до нових, проте вони швидко розвиваються і мають значний невикористаний потенціал впливу майже на більшість галузей, зокрема на розвиток готельного бізнесу.

Веб-конференція, VR та AR є ефективними способи побачити партнерів і клієнтів, які розташовані на відстані, та презентувати власну продукцію, використовуючи спеціальну гарнітуру.

Здійснено огляд вітчизняних та зарубіжних публікацій, використані методи порівняння та аналізу інформації.

Готельні підприємства, які надають спеціальні послуги для ділових людей, відносять до бізнес-готелів. Зазвичай обов'язковими послугами таких підприємств є забезпечення високошвидкісного доступу до мережі інтернет, повністю обладнані бізнес-центри та конференц-зали (проектор, звукова система, мікрофони тощо).

Рік за роком технології змінюються та вдосконалюються, а щодо послуг для ділових туристів, то часто саме в готельному бізнесі вперше випробовуються різноманітні інноваційні рішення.

Сьогодні VR має декілька напрямів застосування: демонстрація продукту, VR гейміфікація для взаємодії з користувачами, 360-VR (360-градусні камери дають змогу користувачам віддалено брати участь у подіях; користувачі можуть бачити інших у кімнаті так, ніби вони насправді там присутні).

Переваги віртуальної реальності, порівняно з традиційними відео-конференціями:

- з демонстрацією віртуальної реальності споживач пропонує своїм колегам взаємодію з певним бізнесом; це спрямовує їх стосунки на вищий рівень;

- VR надає можливість масштабування, що не можна забезпечити за допомогою відео; якщо є потреба представити нову будівлю або найновіший продукт, можна навести 3D-модель у натуральну величину; іншими словами, така система надає аудиторії краще уявлення про те, що їм пропонують;

- завдяки VR готель може себе позиціонувати як просунутий та сучасний, і який не відстає від новітніх технологій.

Наведемо характеристику найкращим програм бізнес-конференцій у віртуальній реальності.

1) Bigscreen – додаток для проведення бізнес конференцій. Він призначений

для спілкування колег та партнерів у VR. Додаток розширює можливості обміну ідеями та роботи над проектами у команді. Особливості: віртуальні світи, аватари користувачів, приватні та спільні кімнати, голосовий чат, спільний доступ до робочого столу, контроллери.

2) Doghead Simulations'rumii – додаток, схожий на Bigscreen, але переважно орієнтований на бізнес і продуктивність. Оболонка Doghead створена для офіційної роботи, а не для чатів та розваг. Унікальність програми така, що її можна використовувати на будь-якому пристрої (гарнітура VR HTC Vive та Oculus Rift, робочий стіл Windows & Mac, смартфони).

3) Improov – програма фокусується на даних CAD та BIM (системи автоматизованого проектування). Додаток можна використовувати окремо або в групах. 3D-моделювання виконують всередині програми та представляють іншим членам групи. Спроектвані моделі більш точні, ніж на моніторі комп'ютера, оскільки VR представляє об'єкт у натуральну величину.

4) Cisco Spark у VR – це крос-платформний сервіс, який дає змогу учасникам команди працювати спільно на великій відстані. Доступ до програмного забезпечення здійснюється за допомогою планшетів, телефонів і ноутбуків. Основні функції Cisco Spark VR: групові чати, спільний доступ до файлів, віртуальна дошка, відеочат, миттєві повідомлення.

5) MeetingRoom – перебуває на ранніх етапах бета-версій, доступних для вільного використання. MeetingRoom використовує Wi-Fi та 5G, щоб переконатися, що виклики не перервуться. У програмі також встановлені заходи безпеки, щоб усі дані були збереженими.

6) Objective Theory – це програмне забезпечення з використанням віртуальної та доповненої реальності, яке працює з гарнітурами для HoloLens, Windows, Mixed Reality. Розробники створили цей додаток для спільної роботи кількох людей з різних місць. Особливості додатку такі: співпраця в реальному часі, 3D-аватар у натуральну величину.

Висновок. Охарактеризовані додатки є малою часткою програмного забезпечення для проведення конференцій та ділових зустрічей у віртуальній реальності (VR).

Незважаючи на те, що віртуальна реальність перебуває ще не на кінцевих етапах розробки, а її додатки потребують великих затрат, VR має величезний потенціал в індустрії гостинності, а саме в організації зустрічей та проведенні презентацій на конференціях.

Література

1. Matt Alderton. How virtual reality will transform meeting [Electronic resource].- Successful MeetingsPublishing, 2016 - Режим доступу: <http://www.successfulmeetings.com/Strategy/Technology-Solutions/Virtual-Reality-Meetings-Events-Destination-Marketing/>
2. Ved Pitre. Top 7 Business Collaboration Conference Apps in Virtual Reality (VR) [Electronic resource] / Harvard Business Review. - 2017 - Режим доступу: <http://www.vudream.com/top-7-business-conference-apps-virtual-reality-vr/>

32. ПОСТРИНКОВІ ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРИЗМУ

Яненко Л.П.,

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

Вступ. Людство планети Земля активно почало розбудову Ноосфери планети [1]. Відбуваються швидкі зміни ряду базових технологій для існування людини. При цьому змінюються так звані технологічні уклади навіть швидше ніж за одне покоління (20 років). Це призводить до певного відставання старших поколінь від вимог нового укладу, а відповідно і до конфліктів поколінь, в тому числі у їх вподобаннях, смаках і оцінках навіть звичайних сервісів.

Оптимальним рішенням цієї складної проблеми буде початок розбудови всіма поколіннями нового ноосферного суспільства на нашій маленькій планеті [2].

Методи. Були використані методи системного та об'єктно-орієнтованого аналізу розвитку ринку готельно-ресторанного бізнесу та туризму

Результати та обговорення. Тому потрібно освоювати нові постринкові методи господарювання у готельно-ресторанному бізнесі та туризмі, що включають в тому числі:

- використання баз даних та знань щодо ментальності та побажань представників різних цивілізацій з метою їх гармонізації на шляху до спільного ноосферного суспільства;
- посилення гуманістичних національних традицій готельно-ресторанного бізнесу в умовах роботизації та масового використання можливостей закордонних засобів штучного інтелекту;
- постфактумну форму оплати товарів та послуг без використання грошей;
- науково оптимізовану співпрацю туристичних фірм та закладів готельно-ресторанного бізнесу замість тваринної конкуренції всіх з усіма в умовах світового зубожіння людства через закінчення базових природних ресурсів;
- величезну виховну роль сучасної індустрії туризму та готельно-ресторанного бізнесу для обґрунтованого (помилково називають «сталого») розвитку людства тощо.

Висновок. Досі галузі готельно-ресторанного бізнесу та туризму досить успішно встигали за технологічними інноваціями, проте перехід до ноосферних технологій вимагає суттєвої перебудови людських взаємовідносин.

Література

1. Какічев С.В., Ліщитович Л.І. Новий світовий лад – електронна цивілізація: монографія /Какічев С.В., Ліщитович Л.І. – К.: КВІЦ, 2017. – 200 с.
2. Ліщитович Л.І. Ноосфера: наукове видання /Л.І. Ліщитович. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. – 308 с.

33. TRAINING SYSTEMS FOR STAFF IN HOTEL INDUSTRY

Lukianets H.H., PhD,
Yevstafiev V., Master's student,
*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

Introduction. Taking Western experience in staff management at hotels, today in Ukraine, educational systems and trainings for adaptation of new employees are widely used. Speaking briefly, the training is a method of active learning, aimed at developing knowledge, skills or abilities of an individual or group. Training systems are spreading at high speed, and today, almost every five-star hotel introduces it at the company to improve the staff and maintain collective spirit. Staff training is just an integral part of the workflow of any enterprise. At hospitality industry this system will help staff to provide better services to hotel guests. I explored the advantages and disadvantages of introducing such a system at a hotel enterprise, for example, of the Premier Palace Hotel in Kyiv. It is precisely in the Premier Palace Hotel that for many years this system of staff trainings is used, which consists of several diverse trainings for each employee: regardless of the position - be it the cleaner or the manager of the department.

I have explored the principles of conducting such trainings at the Premier Palace Hotel as a reception and accommodation service. The method of observation revealed that training data comprehensively develops employees, helps to orient in unfamiliar situations. According to surveys conducted by HR department, 95% of employees are satisfied with the quality, utility and volume of information provided.

In addition to the fact that new employees are taught basic rules for working with foreign and domestic customers of hotel services, these trainings also provide information on the network of Premier Hotels & Resorts hotels: the composition, categories and location of each company that enters this network. The poll method found that employees were less satisfied with this information and considered it unnecessary. Only 40% of respondents believe that this information is useful. In order to understand whether employees assimilate information provided to them, a compulsory examination system was introduced after completing all training at the enterprise for each employee. In addition, in the event of a poor outcome on this exam, an employee receives lower wages than another employee who successfully passed the exam. 97% of respondents disagree with such a strict system and believe that it demotivates them to work at this enterprise.

It can be concluded, that the system of introducing trainings at the hotel business offers many benefits to the hotel: it increases the productivity of the personnel, develops them comprehensively and helps to navigate in unfamiliar situations. The hotel guests have a positive impression of staff and their competence. However, such a system of trainings, in my opinion, should be voluntary. Assessing the competence of staff in an area that isn't related to their direct work negatively affects the attitude of the staff to the hotel administration.

References

1. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998.

34. USE OF ULTRASOUND POWER IN THE FOOD INDUSTRY

Myroshnyk Y., senior lecturer,
Dotsenko V., doctor tech. sci., professor,
National University of Food Technologies,
(NUFT), Kyiv

Nowadays, in the food industry a significant role is played by non-traditional methods of processing raw materials, which perform various functions - promote the intensification of production, improve the functional properties of food raw materials and derived food products, extend their shelf life, allow the introduction of resource and energy-saving technologies.

In the process of research used modern literary and scientific research, results of the leading scientists of the food industry. The methods of system analysis and synthesis are used for processing.

Ultrasonic is known as an emerging technology in food industries. This technology has many advantages including flavor reduction, greater homogeneity, energy saving, more production, enhanced quality, decreased physiochemical hazards, and being environmentally friendly.

In food processing, power ultrasound was used to reduce total fermentation time of yoghurt by 0.5 h after inoculation [1] and extraction of collagen from bovine tendon [2]. Ultrasound has the ability to provide improved heat transfer characteristics, which is a key requirement to avoid such problems, and these have been utilized in cooking. In the food industry, ultrasonic emulsification is attracting interest for products such as fruit juices, mayonnaise and tomato ketchup, in the homogenization of milk [3].

In the ultrasound field, significant acoustic currents develop. Therefore, the influence of the sound on the environment generates specific effects: physical, chemical, and biological. Such as cavitation, sound-capillary effect, dispersion, emulsification, degassing, decontamination, local heating, and many others.

Conclusions. Ultrasound is considered to be an emerging technology in the food industry. Although there are many studies relating ultrasonic application in laboratory scale, its application in the food industry is not sufficiently common. Future studies should be focused on scale-up and standardization of treatment processes.

References

1. Mortazavi, A., Tabatabaie, F., 2008. Study of ice cream freezing process after treatment with ultrasound. *World Applied Sciences Journal* 4 (2), p. 188–190.
2. Li, D., Mu, C., Cai, S., Lin, W., 2009. Ultrasonic irradiation in the enzymatic extraction of collagen. *Ultrasonics Sonochemistry* 16, p. 605–609.
3. H. Wu, G.J. Hulbert, J.R. Mount, Effects of ultrasound on milk homogenization and fermentation with yogurt starter, *Innov. Food Sci. Emerg. Technol.* 1 (2000) 211–218.

35. SURFACE MORPHOLOGY OF THE BUTTER PASTA, PRODUCED FROM ISOLATES OF PLANT ORIGIN

Polumbryk M., candidate tech. sci., docent,
Nahorna N., student,
*National University of Food Technologies,
(NUFT), Kyiv*

Butter is recognized as a valuable food products. The quality parameters of butter are determined by chemical composition and methods of treatment. Nowadays the butter is produced on the basis of stabilizers, such soybean isolate, modified starches, gelatin, carrageenans and other hydrocolloids. This approach has several advantages: possibility of uniform distribution of fats and water in a food matrix, improvement of water holding capacity, rise of product yield, reduced duration of manufacturing process and other. There have been many efforts to increase nutritional value of these stabilization systems. Recently, too many studies have focused on the development of technologies of dairy products, enriched with essential amino acids. It is known that proteins of plant origin have a strong beneficial effect on human health due to high amount of essential amino acids. Often, introduction of these proteins in the formulations of food products may change quality of the final product. Therefore, careful studies have performed recently point to the impact of proteins of plant origin on the texture of semi-finished and final products.

Microstructure of the cream butter has influenced by several processing factors. Electron microscopy for the purpose of studying of structure features of food products. This technique may answer how factors of processing influencing the homogenous structure formation. This method has used in margarine industry and has allowed to produce more spreadable product. Introduction of SEM approach in the analysis of dairy products allows evaluation the surface parameters at the different duration of technological process. Moreover, this method was important in the analysis of fats distribution in the dairy products. The cryoscanning technique is mostly used in the investigations of surface morphology of dairy products, including distribution of casein particles, fats, and oils in the food matrix. At the same time, SEM method has used in the quantitative examination of the texture of dairy products. The purpose of this study is screening of surface of the dried gels obtained from protein isolates of plant origin, which were preliminary hydrated at different milk: protein ratio.

We prepared gels of the isolates with low fats milk at the ratio 1:6. Also, we prepared the gel sample of the pea isolate, which was swelled during 24 h. The samples were retrained in water during 22-24 h prior to heat treatment in order to achieve a maximal hydration of the samples. Further, the gels of protein isolates hydrated by skimmed milk at the ratio 1:6 were exposed to thermal treatment and dried at room temperature for 24 h followed by rinsing in chloroform for 40 min in order to remove particles of fats from the samples surfaces

Structural changes of soybean, pea, and whey protein as well as their hydrates were observed by use of scanning electron microscope JSM-6700F (JEOL, Japan.

The microstructure of protein isolates was at ambient temperature. Samples were covered with platinum layer with 10 nm in depth prior to the experiments. The microphotographs were obtained at the accelerating voltage which was 10 kV and probe current 0,65 nA. Dried samples of the protein hydrates (0.2×0.2 cm, and 0.5-1 mm in depth) were fixed with the steel holder followed by operating under vacuum at the temperature 20 ± 0.1 °C.

The presence of coarse particles was observed in the samples of soybean and pea isolates, whereas sample of whey isolates had spherical shaped particles only. We indicated that, pea and soybean isolates didn't differ significantly in their sample size. The particles with the mean diameter of 18-21 μm were the major fraction of these isolates and minor amount of fraction with the average size 40 μm was found in these samples. The low hydration level of the isolates at a ratio of 1:5 was resulted in a surface formation with the large number of holes. Probably, insufficient hydration of proteins resulted in the quaternary structure disruption of proteins, but the links between protein macromolecules haven't formed yet.

Increased hydration level up to 1:6 resulted in the crosslinking between the proteins macromolecules and carcass formation. The samples didn't differ by their structural features. In our opinion, further hydration of these isolates will result in the crosslinking between different residues of protein macromolecules and three-dimensional net structure formation. Crosslinking between molecules of proteins is triggered by gels formation and determine the possibility of the gel application in the butter pastes. The strong crosslinking, which was observed in the sample of pea isolate, was pointed that it would not to be used in these products manufacturing without significant changes of technological processes and amount of ingredients in the formulations, while the isolates of soybean and whey are the better choice for this purpose.

Conclusions. This study proved that SEM is a promising technique which helps to choose components in the composition of stabilizer dependently on the product type. It was found that the increased amount of milk resulted in the development of 3D structure formation, as expected. Pea isolate was characterized by the great ability to the crosslinking between macromolecules of proteins.

References

1. Han B.-Z.; Rombouts F. M.; Nout M.R. (2004) Amino acid profiles of tofu, a Chinese fermented soybean food, J. Food Compos. Anal. V. 37, p. 689-698.
2. Xiong T., Ye X., Su Y., Chen X., Sun H. et al. (2018) Identification and quantification of proteins at adsorption layer of emulsion stabilized by pea protein isolates, Coll. Surf. B Biointerfaces. V. 171:1-93.
3. Guo Y., Zhang X., Hao W., Xie Y., Chen L. et. al. (2018) Nano-bacterial cellulose/soy protein isolate complex gel as fat substitutes in ice cream model, Carbohydr. Polym. V. 198, p. 620-630.

36. INNOVATIVE CLEANING TECHNOLOGY IN THE HOTEL INDUSTRY

Rohovets P., student,
Sobin O., senior lecturer,
*National University of Food Technologies,
(NUFT), Kyiv*

Innovations in the hotel business are economically feasible and effective if they bring the hotel additional revenues, provide competitive advantages on the market, increase market share, reduce costs, improve the service process, increase the efficiency of work of separate units and the hotel as a whole. Modern hotels - a complex of various rooms with different hygienic and regime requirements. In order to cope with the appropriate volume of work, several cleaning services of different specialization are required.

In developed countries, professional cleaning companies they serve about 80-90% of the premises, including hotels, and in Ukraine the opposite situation has developed. The whole thing is that we started this business formed and at least somehow structured only in 1996, and cleaning few trained personnel who agree to a low payment are engaged. Modern cleaning technologies are used only in hotels of category 4-5 *. So during the research, the methods of analysis and generalization were used collected information.

One of the innovative directions in the field of professional cleaning in the hotels there is green cleaning, during which the means and technologies are used, aimed at minimizing the harmful effects on the human body and the environment environment. This includes the use of natural cleaners components, reducing water consumption and the amount of chemicals used by account of application of methods of preliminary preparation of materials, use innovative materials and inventory, increase of energy efficiency of devices and cars, etc.

The principle of work of environmental cleaners is based not on the removal of contaminants with the help of their dissolution (alkaline cleaners) or introduction into a chemical reaction (acid cleaners), and on the separation of dirt from the surface with the help of a water base and organic compounds. One of the novelties in this area is washing probiotics-purifiers, which include detergents and useful bacteria that struggling not only with contaminations, but also with harmful microorganisms and bacteria. However, these tools require further research and not effectively cope with particularly persistent contaminations, like conventional chemicals for the same period of time.

Use less chemical and water properties microfiber napkins, and also – apply solutions instead of concentrates that are an important aspect of the green cleaning program. Recently, steam cleaners, which are available, have become quite widespread the most common cleaning devices for the green cleaning program. The steam cleaners clean the solid floor coverings, tiles, glass, mirrors well. Pair under pressure is effective in combating microorganisms and bacteria. This is the use of a steam cleaner for cleaning textile surfaces. It is recommended only for the purpose of their smoothing and refreshing appearance in hotels For complete and effective

cleaning of strong or obsolete contaminants (especially on floor coverings) we recommend the use of disk machines and special cleaning products.

Technologies aimed at reducing the harmful effects on the environment, also related to the problem of electricity and water consumption. On Japanese scientists have invented a method of clearing walls and windows without human involvement. Method based on the chemical reactions occurring inside the wall, Under the influence of sunlight, the dirt of organic origin, oxidized, decomposes on water and carbon dioxide. That is, the so-called photocatalyst leaves windows and walls clean.

The ECO-EC-covered two-storey house is medium-sized cleaned the same volume of air as the fifteen poplar, it's six times more productive precursor ECO-700. Dirt-repellent effect can save on the sink hotel facades. According to TOTO, the total area of the walls of the buildings is already covered the company's product is thirteen million square meters throughout country, and purifies the environment as seven hundred and ten thousand poplars.

One of the innovative directions in the field of professional cleaning in hotels is green cleaning, which uses tools and technologies aimed at minimizing harmful effects on the human body and the environment. This includes the use of cleaners on the basis of natural ingredients, reducing water consumption and the amount of chemicals used by using pre-treatment methods, using innovative materials and inventory, increasing energy efficiency of machines and machines, etc.

Use less chemicals and water to allow the properties of microfiber napkins, as well as to use solutions instead of concentrates, which is an important aspect in the green cleaning program.

Technologies aimed at reducing the harmful effects on the environment are also related to the problem of electricity and water consumption. At the moment, one of the areas of green cleaning is the reduction of energy consumed by devices.

The introduction of the newest cleaning technologies is relevant in the modern world for any hotel that is able to compete with other hotels in the hotel industry and provide a high level of service to the guests.

It is established that today cleaning is called a kind of activity, such as professional cleaning of premises and related services. The complex of cleaning services may include not only floor washing, window cleaning or dry cleaning of carpets, but also caring for real estate in the complex. In particular, it is exploitation of buildings and structures by professional services, control and maintenance of internal systems, prevention of accidents.

Conclusion. The introduction of cutting-edge cleaning technology is topical the modern world for any hotel that can compete with others enterprises of the hotel industry and provide a high level service to guests.

References

1. Baylik S.I. Hotel Management: a textbook / S.I.Baylik.
2. Volkov Y.F. Hotel and tourist business / Y.F. Volkov. - Rostov N / D: Phoenix, 2008. – 637p.
3. Gavrilyuk P. Competitiveness of enterprises in the field of tourism business: teaching. manual / P. Gavrilyuk. - K.: KNTEU, 2006. - 180 p.

37. MARKETING AND MANAGEMENT AS A LITERARY CHAIST OF HOTEL RESTAURANT BUSINESS

Totska T.S.,

*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

In a competitive market of hospitality services, hotel and restaurant business in the service of tourists and other categories of citizens should ensure not only a high level of comfort of living, but also constantly increase the level of service of guests, offer a large selection of additional and related services, including information, domestic, intermediary, business center services, leisure activities, etc.

The urgency of the topic is that for today there is a problem of introducing modern effective management models of domestic hotel enterprises in line with world standards due to the need to provide high-quality services, reduce costs, coordinate the personnel, conduct research on the market of hotel services. The urgency of the tasks for the formation and implementation of the latest organizational and managerial principles grows with the deepening of the processes of Ukraine's entry into the highly developed socio-economic, cultural and legal field of Europe and the world, which in general is already mastered by well-organized, regulated and interconnected tourism systems [1].

The experience of recent years in the hospitality industry in Ukraine indicates a slow increase in the quality parameters of the assessment of labor productivity by enterprises in the industry. At the same time, today a network of high-class hotels is being developed, which provides accommodation services in accordance with the requirements of world standards.

The hotel and restaurant complex is the most important element of the social sphere, which plays a significant role in increasing the efficiency of social production and, accordingly, increasing the living standard of the population.

It is determined that the specificity of marketing relations as a conceptual basis for the management of enterprises of hotel and restaurant business is:

- establishment of close relations with the most important target groups;
- ensuring a high degree of consumer satisfaction and loyalty;
- increase profitability of interaction with partners and consumers;
- changing approaches to market segmentation;
- individual approach to the service;
- reducing the time horizons of market researches and consumers.

In the global hotel business, the result of the activity is a hotel product offer. The hotel product is a final service that satisfies those and other needs of tourists and is paid by them. Specific features of a hotel product affect hotel marketing. The demand for a hotel product is unstable and easily varies depending on many non-economic factors, for example, fashion, subjective factors, personal offers, advertising, mood when choosing a travel destination, etc [2].

Marketing of the hotel product as a market management concept is aimed at satisfying the needs of the tourist in travel and leisure. The purpose of the hotel

marketing system is expressed by four alternatives:

- increase of consumption of hotel product;
- achieving maximum consumer satisfaction;
- providing the most diverse assortment of hotel products;
- maximizing the quality of recreation and recreation [3, c.18].

At the present stage, the functioning of the hotel and restaurant business is subject to objective factors that complicate the processes of making managerial decisions. At the current stage of development of hotel and restaurant business decision-making process has a leading place in the management of enterprises, because decisions taken by the manager determine not only the level of efficiency of its activity, but also provide sustainable development of the object of management and keeping its positions in the world market.

The most important features of the head of the new formation are: professional competence, high level of training in management, knowledge in theoretical issues of economics and law, ability to independently and promptly make the right decisions taking into account innovative processes and the latest trends in business development. The managerial capabilities of the manager are also considered to be important: the purposefulness, the ability to select and effectively use the personnel, to determine their functions in accordance with the acquired level of knowledge, to delegate them a certain amount of authority. The manager must clearly identify and use the capabilities and abilities of employees, to take care of their working conditions and life, to create a positive socio-psychological climate in the team.

One of the main criteria for effective managerial work is the coordination of the activities of various structural units in the process of providing certain types of services.

Conclusions. Thus, the generalization of information on the application of marketing tools in the implementation of programs for the development of tourist organizations suggests that in order to increase the effectiveness of marketing and management of hotel and restaurant business, it is necessary to research market of tourist services constantly, to determine the situation on the market, to allocate profitable segments of the market. Effectively organized marketing activity gives an opportunity to improve the efficiency of the hotel industry business and improve their own competitiveness. The key to the effectiveness of hotel and restaurant business management is the realization of its controlling function. Effective and reliable control by the management is an important and decisive condition for effective management if its main stages are carried out: the establishment of facts, their critical assessment and the development of measures to improve the enterprise.

References

1. Baylik S.I. Hotel economy. Problems, prospects, certification. - K.: VIRA-R, Altpress, 2001. - 208 p.
2. Tymoshenko Z.I. Hotel hotel marketing [Electronic resource] / Z.I. Tymoshenko, GB Munin, VP Dishwash - Access mode: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
3. Strashinskaya L.V. Marketing of hotel and restaurant business / L.V. Strashyn - K.: NUKHT, 2011. - 89 p.

38. FEATURES OF THE WAITER

Volodchenkova D.V.,

Wyższa Szkoła Europejska im. Ks. Józefa Tischnera w Krakowie

Volodchenkova N.V., PhD,

*National University of Food Technologies
(NUFT), Kyiv*

The modern world of tourism business cannot be realized without restaurants, coffee shops and pubs, etc. Every tourist wants to try the food typical of the area, or vice versa, to eat in the institutions with the usual menu for him. The area of this gastronomic business is well-developed throughout the world.

Whether they are successful depends mostly on the skill of the Chef, exquisite menu and how comfortable will be the atmosphere created by designers.

But another important component of success is professionalism of waiter staff. After all, their ability to demonstrate impeccable service affects the mood of customers, as well as the reputation and profitability of the institution.

Modern restaurant facilities have significant differences in class and purpose. Therefore, the work of attendants can have different specifics. For example, there will be different requirements for the staff of a budget café and the staff of a luxury restaurant.

However, there are also professional duties common to all institutions. First, it is friendly and respectful service of each visitor, cleaning and bussing tables, carrying out customers' check out.

The research conducted at the waiter's workplace of catering establishment. Experimental research methods used to analyze the working conditions, parameters of static and dynamic load on the employee, their admissibility of the corresponding normed values, statistical processing of experimental values.

The purpose of the study is to develop recommendations for the performance of work by the waiter (with the definition of the factors of influence), during the operation of the service.

The study showed that there is a significant burden on the physically-muscular system employee, and the emotional sphere. First, it is a serious physical activity. On average, the waiter walks every day from 10 to 25 km. Therefore, the profession has many contraindications, such as diseases of nervous and cardiovascular system, ending with diseases of musculoskeletal apparatus. In addition, those who choose such work should be ready for high probability of stressful situations. After all, clients do not always find themselves calm, understandable and intelligent people.

Conclusion. The waiter should have good health and high physical activity, resistance to stress and good coordination. Personal qualities of the personnel are also of great importance.

References

1. Volodchenkova N. Evaluation of the working items of hotel-restaurant complex stability structures / N. Volodchenkova, O. Hivrich, M. Labzhynska // Ukrainian Journal of Food Science. – 2016. – Vol. 4., Is. 1. – P. 151-158.

СЕКЦІЯ 2
«ІННОВАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ
РЕСТОРАННОЇ І
АЮРВЕДИЧНОЇ
ПРОДУКЦІЇ»

1. РОЗРОБКА КОМПОЗИЦІЙ ПРЯНОЩІВ ДЛЯ АЮРВЕДИЧНИХ СОЛОДОЩІВ

Авраменко М.М., студ.,

Нєміріч О.В., к.т.н.,

Ющенко Н.М., к.т.н.,

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

Однією із найбільш важливих повсякденних задач для підтримання та відновлення здоров'я за Аюрведою є підтримання та відновлення рівноваги дош. Одним із основних чинників, що впливає на рівновагу, є правильна організація харчування відповідно до індивідуальної конституції (пракріті), а головною ознакою, що визначає аюрведичні властивості їжі є смак. Оскільки у основі всього лежать 5 основоположних елементів, вони також утворюють і смаки: солодкий (земля + вода), солоний (земля + вогонь), кислий (вода + вогонь), гострий (вогонь + повітря), гіркий (повітря + простір), в'язучий (повітря + земля). Загальний принцип такого харчування є «подібне збільшує подібне». Рацион харчування повинен бути різноманітним, включати усі шість смаків, а переважаючий смак визначає властивості страв та вплив страви на баланс дош.

Оскільки за Аюрведою солодкому смаку належить виключна роль у харчуванні усіх конституційних типів, актуальним є розроблення технології аюрведичних солодошів.

На основі аналізу аюрведичних властивостей компонентів обґрунтовано склад солодошів: для Вата доші – на основі кураги з додаванням сухого банану, моркви, насіння соняшника та волоського горіху; для Пітта доші – на основі інжиру з додаванням сухого банану та волоського горіху, для Капха доші – на основі в'ялених ягід журавлини з додаванням сухого банану, буряку та фундуку. В якості зв'язувального та пластифікуючого компоненту у складі усіх солодошів передбачено використання меду.

За Аюрведою прянощі – є універсальним компонентом, що дозволяє регулювати аюрведичні властивості харчових продуктів. Передумовами, що обумовлюють можливість широкого застосування прянощів є відмінне поєднання з харчовими продуктами, звичність для українського споживача. Прянощі є універсальним компонентом, що може бути включений до складу усіх без виключення продуктів харчування, у тому числі солодких. Прянощі не одне сторіччя використовуються у кулінарії України та стали традиційними допоміжними компонентами рецептур, допомагаючи створити неповторний смак та аромат звичних для нашого регіону страв.

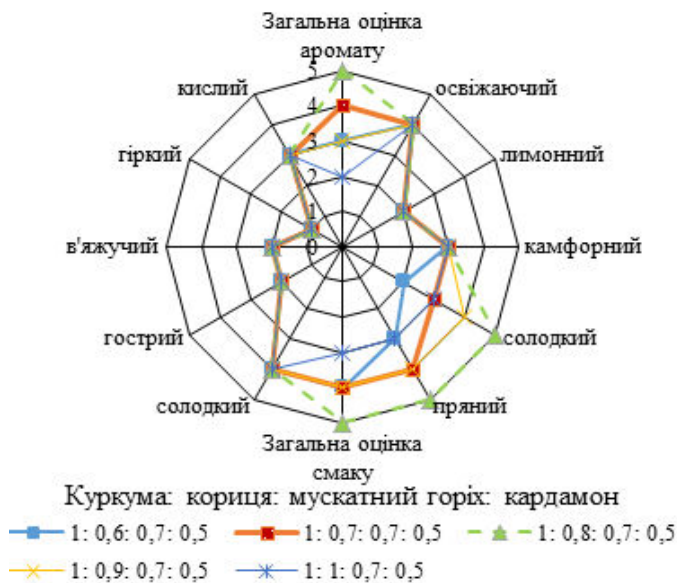
Отже наукове обґрунтування застосування прянощів та їх цілеспрямоване комбінування може стати одним із найбільш важливих елементів фундаментальних принципів розробки технологій аюрведичних харчових продуктів в Україні.

На основі аюрведичних властивостей обґрунтовано підбір прянощів для

солодошів, експериментально визначено базові кількості внесення окремих прянощів до фруктової основи: чорний перець – 0,8%; куркума – 1,1%; імбир – 1,1%; гвоздика – 0,7%; кориця – 1,1; мускатний горіх – 0,9%; кардамон – 0,7%; м'ята – 0,9%; бутони троянди – 1,1%; коріандр – 0,9%.

Визначення раціональних співвідношень прянощів у складі композицій було здійснено на підставі аналізу профілограм смаку та аромату модельних зразків основи для солодошів за різного співвідношення прянощів.

Оцінювання здійснювалось за 5-ти бальною шкалою, коефіцієнти вагомості для кожного дескриптора при визначенні загальної оцінки смаку та аромату становили 0,2. Як приклад профілограма смакоароматичних властивостей фруктової основи для Вата-доші за різної кількості кориці наведено на рисунку 1.



Рисунку 1 – Профілограма смакоароматичних властивостей фруктової основи для Вата-доші за різної кількості кориці

Визначено раціональну кількість введення композицій прянощів: для Вата та Пітта доші – 1,0%; для Капха доші – 1,5%.

Аюрведичні солодоші можуть стати гідною альтернативою цукеркам на основі рафінованого цукру, а їх виробництво відповідно до принципів Аюрведи надасть профілактичних властивостей та допоможе зберегти здоров'я.

Література

1. Karra Nishteswar Ayurvedic Concept of Food and Nutrition // Journal of Nutrition & Food Sciences. – July 13, 2016. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.omicsonline.org/open-access/ayurvedic-concept-of-food-and-nutrition-2155-9600-1000530.php?aid=76428#corr>

2. Козловский А. Йога специй / Анатолий Козловский // А. Г. Москвичев – Москва, 2016. – 216 с.

3. Дорохович А.М. Нові кондитерські вироби зниженої калорійності і глікемічності, які розроблено у НУХТ/ А. М. Дорохович, О. М. Яременко, Л. П. Прилуцька, Н. П. Лиман, О. Л. Соловійова // Новітні технології, обладнання, безпека та якість харчових продуктів: сьогодення та перспективи : міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 вересня 2010 р. : тези доп. – Київ: НУХТ, 2010. – С.1.

2. ВЕДИЧНА АРХІТЕКТУРА – ДОСКОНАЛА СИСТЕМА ПРОЕКТУВАННЯ

Ашмаріна Г.Р., ст. викл.,
Матияшук О.В., ст. викл.,

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

Сучасний темп життя в умовах великого міста дуже швидкий. Люди занепокоєні, впадають в депресію, знервовані, що в свою чергу призводить до проблем зі станом здоров'я. Тому виникає необхідність знайти гармонію в собі і в відношенні всього оточуючого до себе. Саме мету досягнення гармонії між людиною і навколишнім світом ставить аюрведична кухня. Впровадження аюрведичного харчування в закладах ресторанного господарства (ЗРГ) спонукало звернутися до ведичної архітектури.

Метою проведених досліджень була оцінка перспективи будівництва ЗРГ і організації простору в них згідно стародавньої індійської практики Махараши Стхапатя Веда з впровадженням в них аюрведичного харчування [1].

Об'єктом дослідження є ведична архітектура – васту (Махараши Стхапатя Веда), яка входить до складу стародавньої індійської філософії. Для досягнення поставленої мети застосовували загально науковий системний підхід, а також аналітичний метод дослідження.

Махараши Стхапатя Веда – це стародавня індійська практика організації простору, знання про порядок речей в цьому просторі, наука про цілісність окремих елементів. За допомогою цієї науки можна створити ідеально заповнений простір так, щоб в ньому поєднувалися окремі частини один з одним та взаємодоповнювалися між собою. Система Махараши Стхапатя Веда є природньою і досконалою, що є важливою в умовах сьогодення. В основі вчення лежать закони природи, працюють точні принципи та правила, математичні формули і пропорції дають можливість проектувати різні будівлі громадського призначення від житлових до офісних, включаючи й ЗРГ. Людина, опинившись в «правильному» просторі відчуває себе менш втомленою, більш спокійною та щасливою. Вчення Махараши Стхапатя Веда тісно пов'язане з геометрією, так як для всіх речей існує своє місце і навіть форма.

Висновок. Махараши Стхапатя Веда – сама досконала система проектування. Адже, все що буде побудоване повинно бути в гармонії з законами космосу і природи. Дотримуючись цього принципу, життя всесвіту пов'язується з нашим життям і створює ідеальні умови для існування, здоров'я і творчості.

Література

1. Аюрведа: Источники и характеристика: Монография / М.А. Суботялов, В.Ю. Дружинин. – М.: Философская книга, 2015. – 272с.

3. ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНО АКТИВОВАНОГО ЗЕРНА ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ОЗДОРОВЧИХ ПРОДУКТІВ

Бажай-Жежерун С.А., к.т.н.,

Романовська Т.І., к.т.н.,

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

Антонюк М.М., к.т.н.,

*Рівненська медична академія,
м. Рівне*

Організація харчування населення України на науково-гігієнічній основі – пріоритетне державне завдання для вирішення якого важливим є підвищення якості, харчової та біологічної цінності харчових продуктів, розширення асортименту виробів, насамперед оздоровчого та функціонального призначення; впровадження інноваційних способів виробництва, направлених на раціональне використання сировини та максимальне збереження і підвищення у ній вмісту цінних нутрієнтів.

Доведено, що регулярне споживання цільного зерна та продуктів на його основі сприяє зниженню ризику захворювань серцево-судинної та травної систем організму, розвитку діабету [1]. Позитивний вплив цільнозернових продуктів зумовлений наявністю в них вітамінів та вітаміноподібних речовин, мінеральних сполук, харчових волокон тощо. Ці складні комплекси БАР є кориснішими ніж окремі ізольовані компоненти.

Важливим завданням харчової індустрії є розширення асортименту продуктів на основі цільного зерна злакових культур, які містять ряд есенціальних речовин, необхідних для забезпечення нормальної життєдіяльності організму людини.

Вміст білка визначали методом К'ельдаля, крохмалю – методом Архіповича. Жир визначали методом вичерпного екстрагування хімічно чистим гексаном. Вітаміни В₁, В₂, В₄, В₆ визначали флуориметрично. Вітаміни РР і Е визначали колориметрично. Визначення вітаміну С проводили титриметричним методом.

Попередніми досліджено було встановлено, що при пророщуванні зерна за холодних режимів протягом 28-30 год суттєво зростає вміст водорозчинних та жиророзчинних вітамінів, вітаміноподібних речовин, зокрема речовин з Р-вітамінною активністю, інозиту, порівняно з зерном нативним [2].

Нами науково обґрунтовано та розроблено технологію виготовлення оздоровчих продуктів для закладів громадського харчування на основі цільного зерна пшениці «Цілюще зернятко» з настоєм часнику чи настоєм цибулі. Дані продукти включають пророщене зерно пшениці та відповідну заливку. Ці зернові продукти можна вживати самостійно, у вигляді гарнірів або додавати до салатів.

Залежно від екстрактів, які використовують у процесі замочування та пророщування зерна, а також для приготування рідини для заливки, «Цілюще

зернятко» може бути двох типів: з використанням екстракту часнику та з використанням екстракту цибулі.

З метою забезпечення нормальних показників якості, співвідношення складових частин продукту «Цілюще зернятко» має бути: пророщене зерно пшениці – 64–68 %, рідини для заливки – 36–32 %.

Технологія виготовлення оздоровчих продуктів на основі пророщеного зерна пшениці складається з етапів попередньої підготовки основної та доповнюючої сировини, фасування в тару згідно з розробленими рецептурами, закупорювання та пастеризації.

Продукт «Цілюще зернятко» має хороші органолептичні показники: приємний запах пророщеного зерна та відповідної заливки (часнику чи цибулі); смак – характерний для пшеничного зерна після термічного оброблення з відтінком відповідної заливки; колір світло коричневий, притаманний кольору пророщеного зерна.

Загальний хімічний склад продукту «Цілюще зернятко», наведено у таблиці 1 (на 100 г продукту).

Таблиця 1 – Хімічний склад продукту «Цілюще зернятко»

СР, %	Білки, г	Жири, г	Вугле- води, г	Вітаміни, мг						
				Е	В ₁	В ₂	В ₆	В ₄	РР	С
33,5	5,2	0,8	25,0	5,4	0,24	0,23	0,48	110	2,2	2,1

Енергетична цінність 100 г продукту складає 128 ккал.

Враховуючи добову потребу дорослого населення у вітамінах [3], 100 г продукту «Цілюще зернятко» дозволяє задовольнити потребу у вітаміні Е на 36 %, у вітамінах В₁ та В₂ – на 15 – 18 %, В₆ – 27 %, у мінеральних речовинах: Р – 20 %, Mg – 17 %, Mn – більш як на 50 %, Se – на 26 %, Zn – 12 % .

Висновок. Цільне біологічно активоване зерно злакових культур є джерелом важливих макронутрієнтів, вітамінів та вітаміноподібних сполук, мінеральних речовин, природних харчових сорбентів.

Розроблення нового продукту на основі пророщеного зерна пшениці «Цілюще зернятко» має соціально-практичне значення, оскільки сприяє розширенню асортименту оздоровчих продуктів на зерновій основі, зокрема для закладів громадського харчування.

Література

1. Okarter N. Health benefits of whole grain phytochemicals // Crit Rev. Food Sci Nutr., 2010. - P. 193-208.
2. Bazhay-Zhezherun S., Romanovska T., Antoniuk M. Improving the nutritional value of grains by biological activation // Ukrainian Food Journal. - V. 5. Issue 3., 2016. - P. 476-484.
3. Про затвердження норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії: Наказ Міністерства Охорони Здоров'я України, 2017. № 1206/31074.

4. РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ НА РИНКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Бакало Н.В., к.е.н.,
Устименко Д.В., студент,

*Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка
м. Полтава*

Хочемо зазначити, що сфера вітчизняного ресторанного бізнесу залишається привабливою для інвесторів, у тому числі іноземних.

Згідно з даними Державної служби статистики України, обсяг капітальних інвестицій в об'єктах ресторанного господарства в 2018 році склав 1250,4 млн. грн. [1].

Привабливість цієї сфери економіки для інвесторів пояснюється наступними перевагами: висока швидкість обертання капіталу (термін окупності капіталовкладень коливається в межах 15-40 місяців, залежно від типу закладу ресторанного господарства), надійність бізнесу, порівняно низькі витрати на спорудження об'єктів (часто – реконструкцію, переобладнання, перепрофілювання) та придбання обладнання, наявність (можливість залучення) кваліфікованої дешевої робочої сили, відносно низькі поточні витрати, прийнятний рівень ризиків внаслідок високої оборотності вкладених засобів.

Потенційними об'єктами інтересів інвесторів є ресторани, бари та кафе. Розвиток закладів харчування закритої мережі (шкільних, студентських, робітничих, армійських їдалень, їдалень в лікувальних закладах тощо) залежить від державної підтримки та залучення до розв'язання відповідних проблем місцевих органів державної влади.

Останнім часом поряд із традиційними повно-сервісними ресторанами з'являється все більше спеціалізованих підприємств зі скороченим набором послуг і страв.

Спеціалізація підприємств може бути найрізноманітнішою. Для вітчизняних споживачів ресторан є своєрідним театром, видовищем, в якому відвідувач, по суті, платить не тільки за харчування, а й за атмосферу, ідею.

Ресторани можна класифікувати за різними ознаками. Проте найбільш суттєвим є розподіл їх на дві основні групи: концептуальні та ті, що не дотримуються чіткої концепції.

Концепція ресторану може бути продиктована специфікою його кухні (український, японський, китайський, італійський тощо), загальною атмосферою (джазовий, елітний, молодіжний тощо) або стилізованою ідеєю художнього твору наприклад на Полтавщині це («Міміно», «Енеїда», «Ханума», «Полтава» тощо).

Концепції повинні відповідати дизайн інтер'єру, посуд, меню, розважальна програма, організація обслуговування, асортимент страв та напоїв.

Ресторани, як правило, спеціалізуються на виготовленні національних страв. Серед ресторанів національної кухні в Україні перевага надається українській – 36,8%.

Проте значна увага приділяється і французькій кухні – 21%; італійській, кавказькій, японській по 7,9%; всі інші – 18,5% [2]. Тематичні ресторани також є дуже популярними як серед українців, так і туристів. Звичайно, вони пропонують обмежену кількість страв, їхнє головне завдання полягає у створенні настрою та певної атмосфери.

Детальне вивчення діяльності підприємств гостинності щільно взаємодіє з важливою тенденцією, а саме створення міжнародних ланцюгів, що мають велике значення у розробці та впровадженні високих стандартів обслуговування.

Ресторанний ланцюг – це форма об'єднання закладів ресторанного господарства, яка здійснюється на основі різних видів і форм власності.

В час коли країна почала знайомитися із сучасним бізнесом у галузі швидкого харчування, а саме з франчайзинговою схемою господарювання, до цього Українська галузь закладів швидкого харчування була представлена лише їдальнями і кафетеріями радянського типу.

Франчайзинг – певна низка закладів ресторанного типу, які належать іншим власникам, але обмежені договором з зазначеними зобов'язаннями між ними.

До основних причин, що перешкоджають залученню іноземних інвестицій в сферу гостинності, належать: низький довіра до влади, неспокійна політична ситуація, втручання органів державної влади в сектор приватного бізнесу, корупційні схеми сфері бізнесу, нестабільність сфери оподаткування.

Висновок. Отже, розглянувши тенденції розвитку різних типів підприємств (закладів) ресторанного господарства дозволяє виділити пріоритети та врахувати проблеми у функціонуванні даного сектора економіки в подальшій перспективі.

Зростання потоків відвідувачів закладів харчування залежить від сезону та умов покращення добробуту населення, культури споживання послуг ресторанного господарства, а от підвищення вимог споживачів до якості продукції та рівня обслуговування мотивуватиме заклади ресторанного господарства до вдосконалення якості продукту та процесу надання послуг.

Література

1. www.ukrstat.gov.ua
2. Капітальні інвестиції в Україні за 2013 рік [Текст] : стат. збірник / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 43 с.

5. СОЄВІ ПРОДУКТИ В ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Вайвала Р.В., студент,

Коваль О.А., к.т.н.,

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

Не дивлячись на суттєві розбіжності у теоріях стосовно користі або шкоди, що несуть продукти переробки сої, неможливо заперечувати, що дані продукти набувають усе більше поширення, у тому числі і серед населення України.

І хоча традиційно батьківщиною сої прийнято вважати Китай, з якого тенденція застосування соєвих бобів у їжу перейшла до Японії. Саме японська кухня надала сої та соєвим продуктам поширення по усьому світу.

Це виражається тим, що більшість соєвих продуктів, які відомі людству, мають японські назви, і навіть у наш час є основними продуктами харчування у даній країні через високу урожайність соєвих бобів та їх відносну непримхливість до місцевості, де вони вирощуються.

В Україні японська кухня набрала поширеності лише у 90-х роках ХХ століття, і набуває популярності і по наш час. А разом з нею та тенденцією поширення культури вегетаріанства, набули популярності й соєві продукти. Дослідженням впливу сої на організм людини та дебати про її користь та шкоду ведуться і по сьогоднішній день серед багатьох вчених та науковців, серед яких к.т.н. Леонід Фадєєв, к.м.н. Кортовський О. В., к.м.н. Анісімова Ю.М. та інші.

У дослідженні було застосовані загальнонаукові методи, зокрема аналітичні.

Об'єкт дослідження – технологія соєвих продуктів, джерел білка у якості можливих замінників білка тваринного походження.

Предмет дослідження: можливості заміни продуктів тваринництва на соєві продукти, що є джерелом білків рослинного походження, соєві продукти у раціоні харчування людини.

Найбільший вплив у формуванні асортименту соєвих продуктів зробили країни Азії, зокрема виділилися Китай та Японія. До соєвих продуктів відносяться соєве молоко, тофу, натто, соєве борошно, соєва олія, соєві пасти – кочхуджан, місо, твенджан, соєві соуси, темпе, едамаме, юба, а також пророщені соєві боби. Перевага соєвих продуктів полягає у тому, що похідна сировина є рекордсменом за вмістом білків, а також жирних кислот рослинного походження серед бобових, та за збалансованістю їх вмісту у продукті. Саме тому, коли у світі набула поширення культура відмови від вживання білків та жирів тваринного походження, відоме як “вегетаріанство” та “веганство”, люди звернули увагу саме на продукти переробки сої, адже за засвоюваністю білків продукти сої не на багато відстають від яловичини чи свинини (соєва та продукти її переробки мають показник засвоюваності більше ніж 80%).

Однією з переваг є те, що продукти переробки сої, залежно від методу обробки сировини, можуть бути доволі різноманітними за хімічним складом та

органолептичними показниками. Наприклад, сир тофу може бути як досить твердим, що дозволяє використовувати його як сировину для приготування стейків, ковбасок тощо, так і м'яким і ніжним, наче пудинг, що робить можливим приготування із нього солодких страв та десертів. Деякі ж соєві продукти можуть бути як продуктами для приготування страв, так і самостійними стравами (як, наприклад, темпе та едамаме).

Проведені японськими вченими медичні дослідження довели, що соєві продукти мають істотний вміст фосфоліпідів (1,5-2,5% у соєвій олії) що є антиоксидантів, порівняно з іншими рослинними культурами, а також тригліцеридів (95-97% у соєвій олії), ненасичених жирних кислот, токоферолів, ізофлавоноїдів та сапонінів (0,5-2,2%).

Разом з тим можна зазначити, що соєві продукти мають низький вміст крохмалю (1-1,5%), та вміст вуглеводів (22-35%), що робить їх переважно баластними речовинами (як, наприклад, клітковина та геміцелюлоза), а також мають помірний вміст мікро- та мікроелементів і вітамінів.

Висновок. Із наведених даних ми можемо побачити, що соєві продукти є потенційно можливим заміником білків та жирів тваринного походження через досить високий вміст білків рослинного походження, які добре засвоюються організмом людини, а також мають у складі велику кількість ненасичених жирних кислот.

Крім того, особливу увагу застосування даних продуктів передбачає можливе вирішення терапевтичних потреб, адже відносно низький вміст вуглеводів та ізофлавоноїдів, які особливо є корисними для організму жінки, дозволяє знизити потребу організму людини в інсуліні, а сапоніни здатні поліпшити процес утворення клітин крові.

Література

1. Анісімова, Ю.М. Соєві продукти в профілактиці та лікуванні цукрового діабету. / Анісімова Ю.М., Боровський В.Р., Єфімов А.С., Остапенко Т.С., Скробонська Н.А., Соколова Л.К. URL: http://medved.kiev.ua/arh_nutr/art_2007/n07_3_6.htm
2. Сравнительное изучение ферментативных гидролизатов изолированного соевого белка и соевой муки методом SE-HPLC // Вестник МИТХТ. – 2010. – Т. 5. – № 2
3. Ефимов А.С. Диабетические ангиопатии. / А.С. Ефимов: - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Медицина, 1989. – 288 с.
4. Балаболкин М.И. Эндокринология / М.И. Балаболкин.: Учеб. пособие. – М.: Медицина, 1989. – 416 с.
5. Соя URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Соя>
6. Офіційний сайт Торговий Дім “Соєвий вік” URL: <https://www.td-sv.com/10-soya-facts/>

6. УКРАЇНСЬКИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ КЕЙТЕРИНГ

Воробйова А.М., студент,

Тригуб А.В., студент,

Коваль О.А., к.т.н.,

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

Індустрія кейтерингу сформувалася у США на початку 20 століття, коли при масштабному будівництві хмарочосів виникла необхідність годувати робітників, що називається, без відриву від виробництва. Вдала ідея припала до душі і великим бізнес-корпораціям, які замовляли виїзне ресторанне обслуговування для своїх робітників і службовців. В Україну технологія дійшла в 90-х роках минулого століття і стала активно освоювати ринок.

Кейтеринг на даний час динамічно розвивається від звичайної доставки обідів до проведення великих свят, перетворюється в індустрію харчування великих груп населення. Ця тема є актуальною, інноваційною, створена для задоволення зростаючих потреб і бажань наших споживачів. Дослідженням кейтерингу займалось багато вчених, серед них Франсін Халворсен, Гребенюк В.П., Погодін К., Смирнов І.Г. та інші.

Об'єктом дослідження є кейтеринг як одна з форм послуг харчування. У дослідженні було використано загальнонаукові методи, зокрема аналітичні. Об'єктом дослідження безпосередньо є кейтеринг як одна з форм послуг громадського харчування. Предмет дослідження: особливості розвитку кейтерингу, інноваційне обладнання для кейтерингу в Україні.

Кейтеринг багатьох країн світу дуже схожий між собою. При всій різноманітності кухонь законодавцем мод в кейтерингу залишається Європа. З одного боку, там популярна проста їжа, але при цьому клієнти з Франції, Англії, Німеччини та інших європейських країн дуже вимогливі. В Азії все набагато простіше: немає якихось особливих потреб і запитів, все скромно, є стандартизованим. В США надають послуги з кейтерингу вже не один десяток років, зосереджені найбільші виробники з обладнання для даного виду послуг, розміщена найбільша компанія в світі з надання послуг кейтерингу - Compass Group, яка була заснована ще 1941 року і функціонує на високому рівні до нашого часу. В Японії з індустрією кейтерингу значно скромніше. Високі орендні ставки не дозволяють утримувати будівлю спеціально для проведення корпоративів. Великі заходи проводяться рідко, частіше там організовують невеликі зустрічі і збори. Багатство кейтерингових послуг залежить від того, наскільки розвинена інфраструктура тієї чи іншої країни. В Україні ще п'ять років тому було лише два міста, в яких проводилася основна маса заходів, це – Київ, Харків. Сьогодні географія розширюється і у багатьох містах-мільйонниках є власні якісні майданчики для проведення кейтерингу найвищого рівня. На кейтеринговому ринку висока конкуренція, проте часто можна спостерігати велику схожість комерційних пропозицій кейтерингових компаній. Вони не вміють відрізнити себе від інших і їхні клієнти не отримують

зазвичай відповідь на питання, чому їм треба зупинити вибір саме на даній компанії, чим вона краще за інших, що працюють з нею на одному ринку.

Особливістю кейтерингу в Україні є потреба у створенні харчового свята для сотень українців під час великих народних свят на відкритій місцевості. Саме для таких потреб в Україні працює ТМ «Запорізький Самовар». Ця компанія на відміну від інших не лише пропонує якісний кейтеринг для корпорацій, сімейних свят, а й виробляє обладнання для різного виду обслуговування. Шоу-команда ТМ «Запорізький самовар» - неодноразовий учасник, переможець і призер конкурсів, фестивалів і чемпіонатів по барбекю. Гігантські самовари і чани запорізьких майстрів відзначені дипломами Книги Рекордів України у різні роки, надає послуги з організації масштабних заходів на відкритому просторі від 10 до 40000 чоловік. Найбільші в СНД і найефективніші жарові вироби виробляються на Запорізькій землі. Незвичайними розробками фахівців із Запоріжжя є велетенські млинцеві печі для зустрічі Масляної продуктивністю до 750 млинців на годину, комбайн жаровий «Варвар-60» для приготування других блюд на вертелі, тагані, в азіатському або пловному казані, сковороді з масою туші що обробляється до 60 кг, сковорода "Татарська" для термообробки овочів, м'яса, грибів, круп від 60 до 180 порцій на годину. ТМ "Запорізький самовар" створив велетенський самовар на 1200 порцій чаю на годину, є володарем унікального Патенту №57483 в області виробництва великих самоварів. Принциповою особливістю будови такого самовару є застосування принципу «самовар-термос», що дозволяє при малій потребі в дровах тривалий період зберігати температуру води. Зокрема на морозі -10 °С Запорізький самовар остигає до температури 50 °С за 20 годин. Також цією організацією створено монгольський самовар для перших страв на 1200 літрів, велетенські гриль-бари, мангали тощо. Продукцією ТМ «Запорізький самовар» користується велика аудиторія споживачів. Найчастіше це - літні майданчики кафе і ресторанів, виставкові, розважальні центри, громадські організації, спілки, клуби. Великий контингент споживачів користується продукцією даної торгової марки, адже «Запорізький самовар» пропонує великий асортимент особливих товарів.

Висновок. Любов наших людей до великих народних свят на відкритому просторі спонукав розробників ТМ «Запорожский самовар» створити чудові приклади велетенського інноваційного обладнання для кейтерингу, втілити в життя масштабні свята частування. Інноваційне обладнання для кейтерингу дозволяє подарувати споживачу не тільки смачну гарячу їжу, доброзичливу атмосферу, відпочинок, а й цікаво організувати широкі масові заходи.

Література

1. Меттел Б. Кейтеринг. Руководство по эффективному управлению бизнесом. – М.: "BBPG", 2012. — 368 с.
2. Погодин К. Ресторан выездного обслуживания (кейтеринг): с чего начать, как преуспеть : учебник / Погодин К. – Санкт-Петербург : Питер, 2012.
3. Халворсен Ф. Основы кейтеринга: как организовать выездное обслуживание. - М.: Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2005. - 303 с.
4. ТМ «Запорожский самовар» URL: <http://samovar.zp.ua/>

7. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОХОРОНИ ПРАЦІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Горбашенко А.П., студент,

Володченкова Н.В., к.т.н.,

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

Статистичні дані Державної служби праці інформують, що за 9 місяців 2018 року серед причин нещасних випадків переважають організаційні – 66,7 % (2368) нещасних випадків. Через психофізіологічні причини сталося 21,1 % (749) нещасних випадків, а через технічні причини – 12,2 % (432) нещасні випадки. Аналізуючи дані статистичні показники можна зробити висновок, що основною причиною травматизму є неналежна організація охорони праці на підприємствах, установах, організаціях.

Матеріалами дослідження були законодавчі акти, що стосуються організації СУОП та діяльності закладів ресторанного господарства (ЗРГ) [1,2]. Дослідження проводилося якісним традиційним методом внутрішнього дослідження документів, метою якого є аналіз переваг та виявлення недоліків.

Державна політика у питаннях організація охорони праці на підприємстві чітко встановлює на законодавчому рівні вимоги до СУОП [1,2]. Відповідно закону України "Про охорону праці" на кожному підприємстві не залежно від форм власності та видів діяльності повинно бути організовано систему управління охороною праці (СУОП). Ці вимоги розповсюджуються відповідно і на ЗРГ.

Загальне керівництво роботою з охорони і безпеки праці в ЗРГ здійснює Генеральний директор (роботодавець), а організаційно-технічну роботу проводить головний інженер.

Особливістю організації СУОП є безпека не тільки працівників, але й безпека клієнтів. Директор ЗРГ наказом призначає відповідального за стан охорони праці та безпеку, формує склад служби охорони праці, призначає відповідальних за стан охорони праці в кожному підрозділі і відповідальних за навчання персоналу ЗРГ та перевірку знань. Організовує постійний контроль за безпекою відвідувачів. Крім того, для кожної категорії працівників складаються інструкції.

До чинників впливу на працюючих та клієнтів можна віднести наступні небезпеки: можливість отруєнь і використання неякісних продуктів; неналежна чистота в головному залі, на кухні і в інших приміщеннях ресторану; неякісні меблі, небезпечні елементи декору та предмети інтер'єру; агресивні дій відвідувачів; ризик пожежі, аварії або вибуху; відсутність заходів евакуації людей у разі екстрених ситуацій та аварій та інші.

Небезпека неякісних продуктів може налічувати декілька складових: це неякісні продукти, відхилення від норм технологічного процесу при зберіганні, обробці та приготуванні. Відповідальність за ці стадії покладається на персонал кухні, який включає старшого кухаря і кухарів, які несуть відповідальність за

приготування їжі, які обробляють продукти перед приготуванням і також відповідають за продуктові запаси. Кухарі та кондитери повинні бути забезпечені на робочих місцях технологічною документацією на страви і вироби.

Особлива увага по дотриманню заходів безпеки покладається на підтримання гігієнічного режиму в усіх приміщеннях ЗРГ. Відповідальність за гігієну покладається на директора (роботодавця). Він повинен організувати та призначити відповідальних за дотриманням вимог з гігієни та до технологічних процесів при роботі з продуктами харчування. До роботи допускати персонал, який не має протипоказань щодо роботи з харчовими продуктами та періодично проводити навчання зі знань гігієнічних вимог до виробництва та обігу харчових продуктів. Контролювати відсутність зустрічних і перехресних потоків сировини, напівфабрикатів, готової продукції та харчових відходів у технологічному процесі. Контролювати дотримання вимог до безпечності та якості харчових продуктів [3].

Для забезпечення безпеки працівників і клієнтів ЗРГ необхідно також дотримуватися вимог до безпеки та гігієни обладнання, меблів та елементів інтер'єру. На кожен вид обладнання повинен бути діючий паспорт, що має відмітки про сервісне обслуговування. Для елементів декору інтер'єру та меблів – сертифікат якості та безпечності.

Ефективна програма щодо запобігання аваріям та пожежам включає в себе навчання правилам користування вогнегасником і діям при виникненні надзвичайної ситуації. Працівники кухні, повинні пройти спеціальний інструктаж по заходах пожежогасіння на кухні. Всі співробітники повинні бути ознайомлені з планом і маршрутом евакуації. Всі зони ресторану повинні бути чистими від сміття, масла і жиру. Горючі матеріали (аерозолі, жирні ганчірки) повинні зберігатися у відповідних критих контейнерах і сміттєвих баках. Пожежні виходи з ресторану повинні бути чітко позначені. Проходи до цих виходів також повинні бути вільні від ящиків, сміття та іншого непотребу.

Висновок. Для упередження ризику виникнення надзвичайних ситуацій або нещасних випадків необхідно обов'язково дотримуватися законодавчих та нормативних документів Роботодавець (директор) закладу готельно-ресторанного комплексу, несе повну відповідальність за правильну, доцільну та ефективну організацію безпечних умов праці, експлуатації устаткування та безпеки відвідувачів.

Література

1. Закон України «Про охорону праці» //[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2694-12>
2. Рекомендації щодо побудови, впровадження та удосконалення системи управління охороною праці//[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/n0001641-08>
3. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»//[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>

8. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ НОВОГО ВИДУ СИРУ

Дейниченко Г.В., д.т.н.,

Золотухіна І.В., к.т.н.,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

(ХДУХТ), м. Харків

Кравченко Т.В., к.п.н.,

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

(УДПУ ім. Павла Тичини), м. Умань

Дейниченко Л.Г., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

В сучасних економічних умовах на всіх етапах виробництва та переробки харчової сільськогосподарської сировини велика увага приділяється створенню та освоєнню нових ресурсозберігаючих технологій, а також удосконаленню існуючих технологічних процесів. Серед них особливу роль відіграють мембранні методи, зокрема ультрафільтрація (УФ), промислове застосування яких розпочалося в шістдесяті роки минулого сторіччя і які на сьогодні використовуються практично в усіх галузях промисловості. Застосування УФ в харчовій промисловості є особливо перспективним, оскільки вона дозволяє здійснювати очищення та концентрування харчових рідин без впливу температури, що сприяє зберіганню нативних властивостей харчових нутрієнтів, підвищувати ступінь використання окремих компонентів сировини, знижувати енергоємність процесів, отримувати продукти харчування підвищеної харчової цінності.

Тому розробка технологій продуктів харчування з використанням УФ-похідних є задачею актуальною і своєчасною.

На підставі результатів попередніх експериментів і вивчення структурно-механічних властивостей молочно-білкових згустків було розроблено технологічну схему виробництва сиру Харківського.

Спосіб приготування сиру Харківського полягає в наступному (рис. 1). Як молочний компонент використовують УФ-концентрат знежиреного молока (фактор концентрування 2), що пастеризують за температури 93...95°C і охолоджують до 55...60°C. За цієї температури до нього додають попередньо підготовлену суміш сметани, яєчної маси і повареної солі. Масу нагрівають до утворення яєчно-молочного білкового згустку, що відпресовують за температури 4...6°C протягом 4...6 годин.

Обґрунтування окремих технологічних режимів і параметрів приготування сиру Харківського полягає в наступному.

Високотемпературна пастеризація УФ-концентрата знежиреного молока в процесі приготування сирів приводить до прихованої денатурації не тільки казеїну, але і сироваткових білків, внаслідок чого при внесенні яєчно-сметанної суміші в сир Харківський відбувається спільне осадження білків молочної сировини, що сприяє підвищенню харчової цінності продукту, збільшенню

виходу сирної маси, зниженню втрат білка із сироваткою. Крім того, за цієї температури відбувається знищення мікрофлори, що також сприяє підвищенню якості кінцевого продукту.

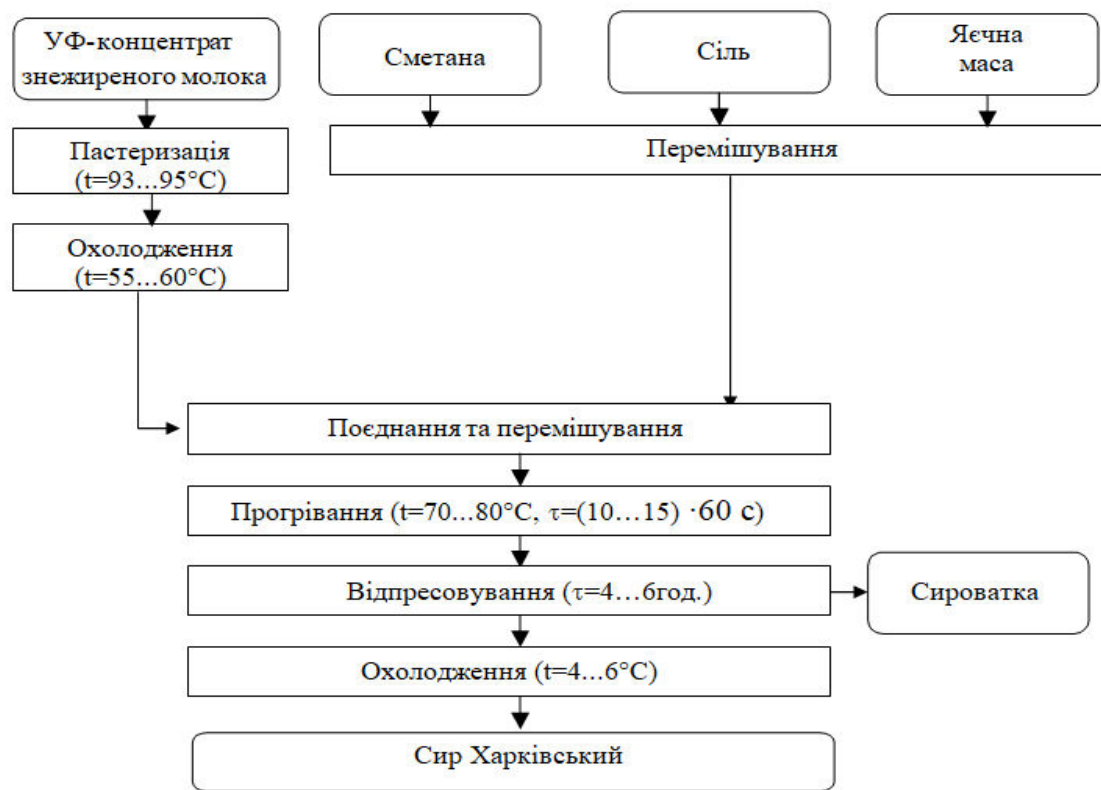


Рисунок 1 – Технологічна схема виробництва сиру Харківського

Перевищення температури понад 95°C приводить до того, що вільні амінокислоти білків молока взаємодіють із лактозою і викликають зміну кольору УФ-концентрату знежиреного молока, тобто спостерігається реакція меланоїдиноутворення.

При цьому відбувається також зниження концентрації розчинного кальцію, що ускладнює утворення зв'язків між міцелами казеїну в процесі утворення і ущільнення сирного згустку.

Зниження температури пастеризації приводить до неповної коагуляції білків молока, а також до лише часткового знищення мікрофлори, що підвищує обміненість продукту і знижує його якість.

Охолодження УФ-концентрату знежиреного молока в процесі приготування сиру Харківського до температури 55...60°C запобігає негайному згортанню білків яєчної маси, що вводять.

Охолодження сирних мас у підпресованому стані за температури 4...6°C пояснюється по-перше, необхідністю уповільнення розвитку мікрофлори на поверхні сирів, що утворилася в результаті повторного обміненія, по-друге, для утворення структури і форми сирів.

Висновок. Розроблено технологію приготування сиру Харківського з використанням УФ-концентрату знежиреного молока, що має підвищену харчову цінність.

9. ВИКОРИСТАННЯ КАПУСТИ САВОЙСЬКОЇ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ІНГРЕДІЄНТУ У РИБНИХ КОТЛЕТАХ

Дітріх І.В., к.х.н.,
Єфимович П.Є., магістр,

Ільчук Н.В., магістр.,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ) м. Київ

Овочі мають важливе значення в харчуванні людини. Вони містять білки, вуглеводи, мінеральні речовини, вітаміни, що легко засвоюються. Серед овочевих культур капуста посідає одне з провідних місць в структурі виробництва і споживання.

Сучасний спосіб життя людини з характерним для нього надлишком у раціоні калорійної їжі, недостатнім вживанням фруктів, овочів, харчових волокон, гіподинамією і стресами призвів до появи нових та різкого зростання відомих захворювань. Для вирішення цієї проблеми необхідно, щоб функціональні харчові продукти органічно доповнили харчовий раціон пересічного українця [1].

У якості функціонального інгредієнту у рецептурі рибних котлет використано капусту савойську (табл. 1) [2].

Таблиця 1 – Загальний нутрієнтний склад капусти савойської (на 100 г) [2]

Білки (г)	Жири (г)	Вуглеводи (г)	Вітаміни(мг)							Мінеральні речовини(мг)					
			β-кар.	B ₁	B ₂	B ₆	C	E	PP	K	Ca	Na	Mg	P	Fe
1,2	0,1	6	0,6	0,07	0,03	0,19	31	0,17	0,9	230	35	20	28	42	0,4

Розроблено рецептуру нового виду котлет рибних з капустою савойською на основі традиційної рецептури котлет рибних з метою розширення асортименту рибних кулінарних виробів функціонального призначення. Проведено органолептичну оцінку готової продукції за розробленою 5-ти бальною шкалою. Встановлено, що котлети рибні з капустою савойською мають оригінальні органолептичні характеристики.

Введення до рецептурного складу рибних котлет капусти савойської надає можливість збагачення готових виробів вітаміном С, β-каротином, калієм, магнієм тощо.

Висновок. Таким чином, включення до рецептури рибних кулінарних виробів капусти савойської поліпшує органолептичні властивості та підвищує біологічну цінність готових виробів.

За результатами досліджень подано заявку на отримання патенту України.

Література

1. Сімахіна Г. О., Науменко Н.В. Харчування як основний чинник збереження стану здоров'я населення / Г.О. Сімахіна, Н.В. Науменко // Наукові праці НУХТ. – 2016. – № 2. – С. 204-214.

2. Савойская капуста: полезные свойства, вред. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://prodgid.ru/poleznye-svoystva/ovoschi/savojskaya-kapusta/>

10. ВИКОРИСТАННЯ ПЛОДІВ ФІЗАЛІСУ ДЛЯ ПОЛІПШЕННЯ ОРГАНОЛЕПТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ РИБНИХ СТРАВ

Дітріх І.В., к.х.н.,

Іскандарова І.Р., студентка,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Стан здоров'я та самопочуття людини залежить від багатьох факторів. Одним з таких факторів є харчування, яке має максимально забезпечити потребу організму в необхідних речовинах.

В раціоні людини до 50 % тваринного білка поповнюється за рахунок рибної продукції. Риба - вкрай корисний і необхідний продукт для здорового харчування. У рибі міститься значна кількість незамінних амінокислот, вітамінів А, Е, D, а також фосфор, залізо, магній, кальцій, селен, цинк, йод і безліч інших корисних речовин [1].

Проведено аналіз наукової літератури щодо використання нетрадиційної рослинної сировини в рецептурах рибних страв.

Більшість рибних страв мають невиражені або специфічні органолептичні властивості, які не приваблюють споживачів. Рослинні продукти багаті біологічно активними речовинами, необхідними для нормальної життєдіяльності людського організму. Тому використання рослинної сировини є доцільним для покращення органолептичних властивостей та підсилення синергетичного ефекту сировинних компонентів в рибних стравах.

В якості нетрадиційної рослинної сировини пропонується використання плодів фізалісу. Фізаліс (*Physalis*) – невибаглива рослина родини пасльонових. Багато видів цієї рослини їстівні, і широко використовуються в мексиканській кухні. Цінність рослини полягає в тому, що плоди містять вітамін С, дубильні речовини, кавову кислоту, пектин, цукор, каротин. Плоди фізалісу містять – жири – 0,7-1,1 %, білки – 1,9-2,3 %, вуглеводи – 8,0-12,0 % від сухої речовини, а їх калорійність – 53-73 ккал/100 г [2].

Оскільки в фізалісу багато пектину, його можна застосовувати в дієтичному харчуванні; пектин також зв'язує і виводить з організму радіонукліди, важкі метали і надлишковий холестерин. Використання фізалісу не тільки покращує смак, запах, колір рибних напівфабрикатів, але й підвищує біологічну цінність.

Висновок. Отже, використання нетрадиційної рослинної сировини, фізалісу, дає змогу отримати рибні страви з покращеними органолептичними властивостями і підвищеною біологічною цінністю.

Література

1. Голембовська Н.В. Технологія пресервів з прісноводних риб та пряно-ароматичних коренеплодів : дис. канд. техн. наук : 05.18.04 / Голембовська Н.В. – Київ, 2016. – 192 с.
2. Вдовенко С.А. Вивчення впливу елементів технології вирощування фізалісу клейкоплодного в Україні / С.А. Вдовенко, О.О. Полутін. // Сільське господарство та лісівництво. – 2016. – №3. – С. 171-177.

11. САЛАТ ЧУКА ЯК СИРОВИНА ДЛЯ РАВІОЛІ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО СПРЯМУВАННЯ

Дітріх І.В., к.х.н.,
Капустян В.А., магістр,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Доведено, що правильне харчування сприяє профілактиці захворювань, підвищенню працездатності і продовженню життя людини, тоді як незбалансоване, навпаки, призводить до виникнення багатьох проблем зі здоров'ям.

Розроблення нових технологій та рецептур харчової продукції з поліпшеним хімічним складом, збалансованим вмістом макро- та мікроелементів, покращеними органолептичними властивостями є однією з основних задач функціонального харчування.

Обґрунтовано вибір салату чука у якості рецептурного інгредієнту начинки равіолі.

Результати та обговорення. Мета роботи – розробка рецептури начинки равіолі функціонального призначення з використанням сировини – салату чука.

До складу салату чука входять водорості ундарія строката (вакаме), насіння кунжуту та агар-агар.

Водорості вакаме у своєму складі містять, г/100 г: вода – 79,99; білки – 3,03; вуглеводи – 9,14; харчові волокна – 0,5; жири – 0,64; макро- та мікроелементи, мг/100 г: Na – 872; Ca – 150; Mg – 107; P – 80; K – 50; Fe – 2,28; Zn – 0,38 [1].

Аналіз хімічного складу вакаме показав, що введення до начинки равіолі салату чука, дає можливість збагачення нового продукту такими мінеральними речовинами як натрій, кальцій, магній, фосфор [2].

Рецептура начинки равіолі «Чука» розроблена шляхом повної заміни хеку у традиційній рецептурі рибних равіолі на салат чука.

Проведено органолептичну оцінку готових виробів за розробленою 5-ти бальною шкалою. Встановлено, що равіолі «Чука» мають оригінальний смак і запах.

Висновок. Таким чином, введення до фаршу равіолі салату чука підсилює смак і запах, підвищує біологічну цінність, надає продукту функціональних властивостей.

За результатами досліджень подано заявку на отримання патенту України.

Література

1. USDA National Nutrient Database for Standard Reference Preparation. URL: <https://ndb.nal.usda.gov/ndb/foods/show/11669?fgcd=&manu=&format=&count=&max=25&offset=&sort=default&order=asc&qlookup=Undaria+pinnatifida&ds=&qt=&qp=&qq=&qn=&qf=&ing=>

2. А.Н. Мартинчик, И.В. Маев, А.Б. Петухов. Питание человека (основы нутрициологии): навч. посібник. Москва: ГОУ ВУНМЦ МЗРФ, 2002. 572с.

12. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БАТАТУ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ІНГРЕДІЄНТУ

Дітріх І.В., к.х.н.,
Решетник С.Р., студентка,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Здоров'я сучасної людини в значній мірі визначається характером, рівнем і структурою харчування, які мають серйозні порушення. Дефіцит незамінних амінокислот, мінеральних речовин, харчових волокон спостерігається у представників усіх верств населення більшості країн світу.

Сьогодні створюються функціональні харчові продукти, що володіють як широким спектром застосування, так і мають точкову спрямованість на конкретний орган або захворювання. Крім того, створення харчових продуктів функціонального призначення та їх впровадження у виробництво є одним з напрямків гуманістичної програми харчування людини, проголошеної ООН [1].

У якості функціонального інгредієнту в рецептурі нового рибного кулінарного виробу «Парові рибні котлети з бататом» використано солодку картоплю – батат фіолетового кольору. Цей овоч належить до родини берізкових і є однією з найпоширеніших у світі харчових і кормових культур. До нутрієнтного складу батату входять, на 100 г: білки – 2,0 г; вуглеводи – 13,8 г; вітаміни, мг: С – 90; В₅ – 5; В₂ – 1,8; В₁ – 1,5; вітамін РР – 20 мкг; β-каротин – 5 мг; мінеральні речовини, мг: К – 337; Na – 55; Р – 47; Mg – 25; Ca – 30; Fe – 0,61; Zn – 0,3 [2].

Розроблено рецептуру рибного кулінарного виробу «Парові рибні котлети з бататом» з поліпшеними органолептичними властивостями, оцінку яких проведено за розробленою 5-ти бальною шкалою. Встановлено, що готові вироби мають привабливий ніжно-фіолетовий колір, соковиту консистенцію, гармонійні смак і запах. За рахунок введення до рецептури рибних котлет батату, вироби збагачено вітамінами (С, групи В), β-каротином, мінеральними речовинами - калієм, магнієм тощо.

Висновок. Таким чином, доведена доцільність використання батату фіолетового кольору у рецептурі рибних колет.

З результатами роботи подано заявку на отримання патенту України.

Література

1. Івашків Л.Я. Нові класи інгредієнтів продуктів харчування та їхні функціональні властивості / Л.Я. Івашків // Проблеми харчування. – 2010. – № 3-4. – С. 61-66.
2. Скурихин И.М. Химический состав пищевых продуктов.Справочные таблицы содержания основных пищевых веществ и энергетической ценности пищевых продуктов [Текст]: Книга 1/ И.М. Скурихин, М.Н. Волгарева [2-е изд., перераб. и доп.] – М.: ВО „Агропромиздат”, 1987. - 224 с.(дата звернення 11.11.2018).

13. ВИКОРИСТАННЯ КВАШЕНОЇ БІЛОКАЧАННОЇ КАПУСТИ У РЕЦЕПТУРІ РИБНИХ КОТЛЕТ

Дітріх І.В., к.х.н.,
Сомик О.О., магістр,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Харчування – одна із основних життєво необхідних умов існування людини. Харчування впливає на стан здоров'я, працездатність, настрій та тривалість життя людини.

Неправильне харчування спричиняє порушення обміну речовин в організмі, результатом чого є виснаження, ожиріння та інші аліментарні захворювання.

Кулінарні рибні вироби поширені серед населення України так як вони є важливим джерелом повноцінних білків, які є необхідними для побудови клітин організму людини (альбумінів – розчинних у воді і глобулінів – розчинних у слабких розчинах солей і кислот та деяких складних білків, що містять фосфор), мінеральних речовин і вітамінів.

Для поліпшення їхніх органолептичних властивостей, підвищення біологічної цінності та розширення асортименту кулінарних рибних виробів функціонального призначення розроблена рецептура котлет рибних з квашеною білокачанною капустою на основі традиційної рецептури котлет рибних з минтаю [2].

Нутрієнтний склад квашеної білокачанної капусти та риби минтай наведено у таблиці 1 [1, 3].

Таблиця 1 – Нутрієнтний склад квашеної білокачанної капусти та риби минтай [1, 3]

Показник	Квашена білокачанна капуста	Риба минтай
	Кількість на 100 г продукту	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Калорійність (кКал)	27	72
Білки (г)	1,6	15,9
Жири (г)	0,1	0,9
Вуглеводи (г)	5,2	-
Харчові волокна(г)	4,0	-
Вітамін С (мг)	38,1	0,5
Вітамін РР (мг)	0,7	4,6
Вітамін Е (мг)	0,2	0,3
Вітамін В ₅ (мг)	0,2	0,2
Вітамін В ₆ (мг)	0,1	0,1
Калій (мг)	283,4	420
Мідь (мг)	81,3	0,1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Кальцій (мг)	50	40
Сірка (мг)	34,6	170
Фосфор (мг)	29,8	240
Натрій (мг)	21,8	40
Магній (мг)	16,3	55
Залізо (мг)	0,8	0.8
Цинк (мг)	0,4	1,1
Омега-3 жирні кислоти (г)	-	0,2
Омега-6 жирні кислоти (г)	-	0,2

Згідно з даними таблиці квашена білокачанна капуста має в своєму складі значну кількість вітаміну С, калію, міді та кальцію. Квашена білокачанна капуста багата на харчові волокна.

Результати та обговорення. Встановлено, що оптимальним внесенням квашеної білокачанної капусти до рецептури є 12 %, що забезпечує гарні смакові якості котлет рибних.

Після додавання до рецептури котлет рибних білокачанної квашеної капусти відбулося покращення органолептичних показників: зовнішній вигляд (акуратна форма, без тріщин), колір (скоринка коричнева, а на зламі пісочний відтінок), смак (рибний, з присмаком квашеної капусти, в міру солоний), запах (рибний, з ароматом квашеної капусти) та консистенція (однорідна).

Висновок. Отже, вивчена можливість використання квашеної білокачанної капусти як функціонального інгредієнту для виробництва кулінарних рибних виробів.

Розроблений продукт – котлети рибні з квашеною білокачанною капустою завдяки значному вмісту вітаміну С, калію, міді та кальцію рекомендуються всім верстам населення для підвищення імунітету, поліпшення функціонування шлунково – кишкового тракту, покращення пам'яті, а також хворим на гіпокаліємію, гіпокальціємію, віталіго.

За рахунок зниження калорійності та вмісту харчових волокон в котлетах рибних з квашеною білокачанною капустою, їх можна віднести до страв дієтичного призначення та рекомендувати хворим на ожиріння, людям похилого віку.

За матеріалами дослідження було подано заяву на патент України.

Література

1. Амбарцумян А.Д. Молочнокислые бактерии в профилактике внутрибольничных инфекций / А.Д. Амбарцумян. – Ереван, 2002. – 237 с.
2. Павлоцька Л.Ф., Дуденко Н.В., Димитрієвич Л.Р. Основи фізіології, гігієни харчування та проблеми безпеки харчових продуктів. – Суми: Університетська книга, 2007. – 441 с.
3. Тутельян В.А. Химический состав и калорийность российских продуктов питания: Справочник. – М.: ДеЛи плюс, 2012. – 284 с.

14. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГОРОХОВОЇ КЛІТКОВИНИ НА ЕНЕРГЕТИЧНУ ЦІННІСТЬ БОРОШНЯНОГО КУЛІНАРНОГО ВИРОБУ

Дорохова Т.Д., магістрант,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Удворгелі Л.І., к.т.н.,
Мукачівський державний університет
м. Мукачеве

Корецька І.Л., к.т.н.,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Борошняні кулінарні вироби досить популярні на даний час. Споживачі вживають їх щодня у великих кількостях. Однак, більшість борошняних кулінарних виробів досить калорійні. Їх вживання може призвести до хвороб, пов'язаних із зайвою вагою [1, 2].

Одними з таких виробів можна назвати оладки. Оладки – це невеликі пухкі смажені коржики з рідкого тіста, замішаного на воді або молоці, на основі борошна та яєць [3].

Для вирішення цієї проблеми, було вирішено ввести у технологію оладок горохову клітковину і дослідити її вплив на енергетичну цінність обраного виробу [4, 5].

Горохова клітковина (ГК) була введена у кількості 5 і 10 % від кількості борошна.

Дані досліджень наведені у табл. 1.

Таблиця 1 – Енергетична цінність досліджуваних кулінарних виробів

Дослідні зразки	Енергетична цінність		
	Ккал	відхилення	
		Ккал	%
Оладки (контроль)	422,31	-	-
Оладки з 5 % ГК	400,68	- 21,63	- 5,1
Оладки з 10 % ГК	390,94	- 31,37	- 7,4

Проаналізувавши отриманні дані, можна констатувати, що додавання горохової клітковини до борошняного кулінарного виробу значно знижує його калорійність. Таке зниження калорійності можна пояснити низькою енергетичною цінністю горохової клітковини. У ній міститься досить мало жирів, та багато вуглеводів. Однак, основну частину вуглеводів складають нерозчинні харчові волокна, що не перетравлюються у травній системі людини, а тому не впливають на енергетичну цінність виробу.

Висновок: отже, за результатами досліджень, можна зробити висновок, що додавання горохової клітковини до борошняних кулінарних виробів здатне значно знизити їх калорійність. Тому варто було б вводити горохову клітковину у технології найбільш калорійних борошняних виробів та борошняних кулінарних виробів.

Література

1. Шендеров Б.А., Тужилкин В.И.. Современное состояние и перспективы развития концепции «Функциональное питание». Пищевая промышленность, 2003. №5. С. 4 – 7.
2. Сирохман І.В., Завгородня В.М. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 37с.
3. Л.Е. Голунова. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий. Профикс, 2003. С. 275.
4. Нормы физиологических потребностей в пищевых веществах и энергии для различных групп населения. – М.: Медицина, 1982. – 249 с.
5. Химический состав пищевых продуктов. Кн. 2: Справочные таблицы содержания аминокислот, жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов, органических кислот и углеводов / И. М. Скурихин, М.Н. Волгарева. – М.: Агропромиздат, 1987. – С. 110 – 126.

15. ЕМУЛЬГУВАЛЬНА ЗДАТНІСТЬ НАПІВФАБРИКАТУ НА ОСНОВІ ЗГУЩЕНОЇ МОЛОЧНОЇ СИРОВАТКИ

Гончар Ю.М., аспірант,

Євдомах Т.І., магістр,

Київський національний торговельно-економічний університет (КНТЕУ), м. Київ

Розширення асортименту низьколактозної продукції для спеціального харчування може здійснюватись за рахунок розроблення нових технологій. Однією з важливих складових розробки є оптимізація функціонально-технологічних властивостей продукту. Зокрема, для соусів важливим є дослідження емульгувальних властивостей системи.

Предмет дослідження: емульгувальна здатність напівфабрикату на основі згущеної низьколактозної молочної сироватки та диспергованого пюре з м'якоті гарбуза з підвищеним вмістом пектину. Оцінювання емульгувальної здатності модельних систем здійснювалось за методикою Гурова О.М. [1]. Значення точки інверсії фаз визначали за об'ємом рослинної олії, при якій відбувався перехід емульсії з одного типу в другий. Органолептичні показники оцінювалися групою експертів за 5-ти бальною шкалою.

Для оцінки емульгувальної здатності визначено динаміку зміни в'язкості соусу від об'єму олії, що емульгується. Визначено, що в'язкість модельних систем підвищується зі збільшенням вмісту олії. Зафіксовано розшарування системи за досягнення точки інверсії, що відповідає в'язкості 0,632 Па·с при вмісті олії 91% (рис. 1).

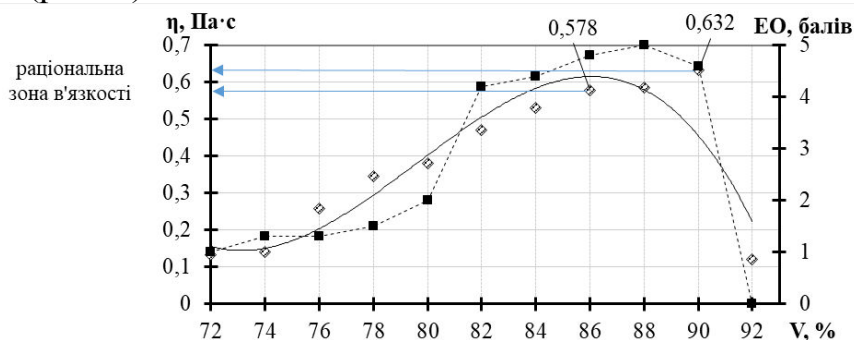


Рисунок 1 – Залежність в'язкості (η , Па·с) від емульгувальної здатності (V, %) модельних систем

Висновок. Встановлено раціональну зону в'язкості емульсії (0,578...0,632 Па·с) за об'ємного вмісту емульгованої олії від 86 % до 90 % до загального виходу продукту, що відповідає вимогам ДСТУ. З урахуванням експертної оцінки за результатами дегустації встановлено, що вміст емульгованої олії в модельних системах не має перевищувати 91 %.

Література

1. Восканян О.С., Паронян В.Х. Исследование структурно-реологических свойств эмульсионных продуктов питания нового поколения // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2004. – №10. – С. 47.

16. ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ПАСТИЛИ ЛІКУВАЛЬНО-ПРОФІЛАКТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Коберник І.В., студент,
Стеценко Н.О., к.х.н.,

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

Однією з найважливіших проблем харчової індустрії є розширення спектру оздоровчих харчових продуктів за рахунок використання збагачувачів з підвищеним вмістом біологічно активних речовин (БАР) [1].

Актуальною проблемою наразі є створення продуктів лікувально-профілактичного призначення для категорій населення, що страждають від впливу токсичних речовин, іонізуючого випромінювання та техногенного забруднення. Тому необхідним є створення ринку харчової продукції з використанням природних джерел біологічно активних речовин, що сприяють захисту організму від дії негативних чинників довкілля.

На основі стандартних методів досліджень було проведено визначення вмісту загальної кількості пектинових речовин та аскорбінової кислоти у різних сортах яблук з метою вибору сировини для виробництва пастили оздоровчого призначення. Досліджено кількісний вміст окремих БАР в ягодах бузини чорної, а саме фенольних сполук, барвних речовин, аскорбінової кислоти та пектинових речовин.

Було досліджено яблука різних помологічних сортів: із літніх сортів – Папіровка, з осінніх – Слава переможцям, із зимніх – Айдаред та Ренет Симиренка. Отримані результати показали, що аскорбінової кислоти найбільше міститься в яблуках сорту Слава переможцям (19,5 мг/100 г), а найменше в яблуках Папіровка (7,5 мг/100 г). Вміст пектинових речовин найвищий у яблуках Ренет Симиренка (1,07%), майже такий самий вміст і у сорті Айдаред (1,06%), найменше пектинових речовин у яблуках сорту Слава переможцям (0,55%). Було вирішено отримувати яблучне пюре з яблук сорту Айдаред.

У ягодах бузини виявлено 0,8% пектинових речовин; 1080,00 мг/100 г фенольних сполук; 750,30 мг/100 г барвних речовин, що в основному представлені антоціанами; 58,43 мг/100 г аскорбінової кислоти.

Встановлено, що можна виключити органічні кислоти з рецептури, оскільки кислотність ягід бузини та яблук Айдаред досить висока (1,05 % та 0,79 %).

Висновок. Фізіологічна дія пастили «Яблуко-бузина» полягає у тому, що пектинові речовини забезпечують виведення з організму пестицидів, іонів важких металів, радіоактивних елементів, не порушуючи при цьому природного бактеріологічного балансу організму. Комплекс БАР бузини, який в основному представлений фенольними сполуками, забезпечить антиоксидантну дію продукту.

Література

1. Українець А.І., Стеценко Н.О., Сімахіна Г.О. Розроблення спеціалізованих харчових продуктів для екстремальних умов життєдіяльності // Харчова промисловість. – 2017. – №21. – С. 67-73.

17. БАРНЕ УСТАТКУВАННЯ МАЙБУТНЬОГО

Коваль О.А., к.т.н.,

Гадяк Н.Р., студент,

Іванов О.А., студент,

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

Для підприємств ресторанного господарства розроблено програми електронної обробки інформації з метою автоматизації бізнес процесів ресторанного комплексу. це і обслуговування клієнтів, і автоматизація фінансово-господарського, податкового й складського обліку. до основних систем автоматизації діяльності підприємств сфери ресторанного бізнесу на українському ринку присутні: «1С : Підприємництво. Ресторан», «Парус-Ресторан», АС «Рестарт», «Ресторан+» «R-Keeper». Більш дієвою і комплексною є програма з системою контролю «СКБАРА» та комплексом обладнання для автоматизованого сервісу бара, що створювалась одноіменною компанією разом з BERG починаючи з 2008 року.

Виконано аналітичні дослідження процесів автоматизації в умовах бару, інноваційного обладнання дозування, розливу, отримання та оброблення інформації з метою обліку і керування процесами бізнесу. Даний вид обладнання включає в себе пристрої автоматизації розливу порційного алкоголю, коктейлів, пива, кави та розрахунків.

«СКБАРА» - професійна система поліпшення якості напоїв, швидкості обслуговування, точності продажів та розрахунків, дозволяє вести постійний контроль розливу як алкогольних, так і безалкогольних напоїв в барі закладу в режимі реального часу, а власнику повністю взяти під контроль свій заклад, запобігаючи крадіжкам, замінам напоїв. Система контролю бару «СКБАРА» може бути повністю інтегрованою з системами автоматизації кафе, барів і ресторанів, а також може працювати в автономному режимі. На даний час має 4 різновиди обліку найбільш популярних груп напоїв в барі:

- eBarMan - контроль розливу алкоголю;
- eBEER - контроль продажів пива в барі (магазині);
- eCola - контроль продажів Post-Mix напоїв;
- eCOFFEE - контроль продажів кави.

eBarMan працює наступним чином: кожному пляшці бару оснащують гейзерами з електронними мікро-чіпами, що дозволяє тримати алкоголь в закритому для бармена доступі. Алкоголь система надасть споживачу в кількості та якості, яку дозволить каса системи в варіанті проходження сплати або за клубною карткою постійного клієнта. При цьому похибка при наливанні складе менше 1% (за ГОСТом дозволена допустима похибка 2,5%), цю функцію забезпечує контролююче кільце, в яке вбудований мікрочип, лазер, що зчитує об'єм дози. Система запам'ятовує до 500 брендів і дозволяє встановити будь-яку кількість порцій на напій. У разі неповного дозування при закінченні вмісту

пляшки, бармену відводиться певний час для заміни пляшки для доливу решти.

При приготуванні коктейлів бармен обирає на дисплеї назву бажаного коктейлю, система висвічує складові, послідовність додавання, кількість компонентів. Вбудована функція таймінгу встановлює тривалість видачі готового коктейлю.

Система eBeer працює в аналогічному режимі, тому не потребує великих товарних запасів, виключає пересортицю, розбавлення дорогого пива дешевим, вбудований піногасник дозує пиво, а не піну, запобігає зливу пива при заміні кеги. Подібний контроль пива приваблює споживачів, збільшує продажі на 15-20 %, застосування піногасника збільшує на 3,5-5% отримання пива з кожної кеги.

Система eCola призначена для контролю продажів Post-Mix напоїв, працює в автоматичному режимі. У компанії Coca-cola є подібна система, в яку закладено дозування, але вона на відміну від «СКБАРА eCola» не сполучена з «R-keeper». Постмікс (POSTMIX) - система розливу, в якій змішуються карбонізовані (газована) вода і будь-який концентрат (сироп), причому цей процес відбувається безпосередньо в момент розливу.

Професійна система контролю продажів кави eCoffee повністю інтегрована з «R-кеєр», має підключення з автоматичними і напівавтоматичними кавомашинами. Система «СКБАРА eCoffee» дозволяє об'єднати касовий термінал і кавомашину, тому жодної порції кави не буде приготовано, адже допоки замовлення не буде внесене до POS-терміналу, система не дозволить заварити каву.

Висновок. Система контролю «СКБАРА» - комплексне рішення процесів продажів розливних напоїв в барах: дозування, контролю пересортиці, неправомірного недоливу, крадіжок, непробиття по касі. Включення системи «СКБАРА» в систему бухгалтерського і матеріального обліку закладу у вигляді поштучного контролю дороговартісних бутильованих напоїв дозволяє контролювати продажі, залишки, зменшувати запаси напоїв. Запровадження «СКБАРА» суттєво скорочує процес замовлення, приготування напою, максимально автоматизує розрахунки. Характерним наслідком безманіпуляційної роботи офіціантів є покращення якості виданої продукції, збільшення продажів на 10 - 40 %. Отже, системи СКБАРА – це альтернативне рішення для власника, що дозволяє взяти під контроль свій заклад, контролювати продажі розливних напоїв в режимі реального часу.

Література

1. Архипов В.В. Барное дело. Технология продукции и обслуживание в барах. / В.В. Архипов, Е. И. Иванникова - К.: Центр навчальної літератури, 2017. – 240 с.
2. Курочкина О.Б. Ресторан: работа над ошибками. / О.Б. Курочкина - М.: Ресторанные ведомости, 2015. – 336 с.
3. Калашников А.Ю. Кафе, бары и рестораны: Организация, практика и техника обслуживания. / А.Ю. Калашников - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. – 384 с.
4. Интернет ресурсы: www.myrestaunt.ru, <http://restoranoff.ru/>, controlbara.ru/, ООО «Системы Контроля+» <http://controlbara.ru/sistem.html>.

18. ІНДУКЦІЙНА ІННОВАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ КУХОННИХ ПЛИТ

Коваль О.А., к.т.н.,

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

Професійні кухонні технології вимагають нового устаткування. Індукційні плити, як і багато іншого інноваційного устаткування прийшло з промисловості, в даному випадку з далекої від кухні індустрії плавлення металу. Індукційне плавлення металу застосовували для прискорення рівномірного нагрівання металу. В деяких підручниках навіть писали, що індукційне нагрівання харчових продуктів - об'ємний спосіб нагрівання.

Досліджено аналітичним методом індукційний спосіб теплової обробки та відповідне інноваційне обладнання. Об'єктом дослідження є спосіб обробки, індукційне устаткування, особливості застосування даного обладнання в закладах ресторанного господарства.

Явище електромагнітної індукції пояснюється тим, що електричні струми створюють навколо себе магнітне поле. Зв'язок магнітного поля зі струмом призвів до численних спроб створити струм в контурі з допомогою магнітного поля. Ця фундаментальна задача була блискуче вирішена в 1831 р. англійським фізиком М. Фарадеєм, що відкрив явище електромагнітної індукції. Воно полягає в тому, що в замкнутому провідному контурі при зміні потоку магнітної індукції, виникає електричний струм, який отримав назву індукційного. Індукційний нагрів, модернізуючись, отримав подальше поширення в побуті. Обов'язковим моментом при користуванні таким пристроєм є наявність металевого посуду, дно якого має чавунне або сталеве з магнітними властивостями. Ці метали забезпечують кращий рівень опору, що відбивається у високих показниках виділення тепла. Сила магнітного поля передає енергію встановленому посуду, при цьому конфорка залишається холодною по краях. Індукційний нагрів забезпечується дією електричного струму високої частотності і мідної котушки.

Індукційна плита – одна з різновидів кухонних печей, принцип роботи якого полягає в нагріванні посуду індукованими вихровими струмами, що є результатом дії електромагнітного поля частотою від 20 до 100 кГц, складається з кожуха, керованої плати, датчиків температур, силової частини, імпульсного регулятора.

Першу плиту з індукційними конфорками випустила фірма AEG ще в 1987 році, але у той час такі плити коштували дорого і споживач не був підготовлений до технічної інновації. З часом ситуація змінилась, адже енергія суттєво збільшила вартість, з'явилась потреба в економії енергоносіїв, у прискоренні способів термічної обробки. Сьогодні виробничі плити і варильні панелі індукційного типу випускають майже всі виробники кухонної техніки.

Власні спостереження використання індукційних плит впродовж 8 років показав їх можливість інтенсифікувати процес нагрівання, з одночасним суттєвим зменшенням енергоспоживання. Економія ресурсів суттєва, адже ККД

індукційної плити складає 90%, в той час для резистивних електроплит дорівнює 50-60%, для газових – 30-60%. Крім того, майже у всіх моделях сучасних індукційних плит є режим Booster. Завдяки йому потужність з однієї конфорки може перекидатися на іншу при необхідності, наприклад, для швидкого закипання води.

Ринок пропонує індуктивні плити наступних виробників: Skvara, Electrolux, Gorenje, Hansa, Saturn, Bosch, Hotpoint-Ariston, Whirlpool, Zanussi, Siemens, Samsung, Indesit.

Skvara Innovations – український виробник обладнання для ресторанів, готелів та закладів громадського харчування, компанія порівняно молода, на ринку з 2015 року, офіційний сайт виробника: www.skvara.com.ua. Разом з тим з самого початку представила своєю метою створення обладнання з підвищеним рівнем культури споживання, впровадженням інноваційних технологій, енергозберігаючих, спрямованих на збереження екології, зменшенням шкідливої дії на навколишнє середовище. На даний час створена лінійка індукційних плит від 2-х конфорочної до 6-ти конфорочної, потужності модуля по 2/3/3.5/5 кВт. У двох виконаннях: настільна та з столом, що ставиться на підлогу. Склокерамічна робоча поверхня конфорки має розміри 300x300 мм. Пульт управління окремо для кожної конфорки. Має професійний індуктор, автоматичне відключення конфорки при відсутності посуду на ній. Мінімальний розмір посуду для індукційної плити "Сквара" - 50 мм, навантаження на одну конфорку до 60 кг.

Характерним для електричних резистивних плит з чавунною поверхнею є попереднє нагрівання та довготривале охолодження після відключення. Індуктивні плити включаються в процес нагрівання миттєво з включенням, гріється безпосередньо посуд, встановлений на конфорку, процес готування припиняється, як тільки знімається посуд з поверхні або відключається подача енергії. Поверхня індукційної плити зазвичай нагрівається не більше ніж до 60 °С, після виключення плити остигає за 6 хвилин. Газова плита, при цій же температурі, остигає за 24 хвилини, електрична - майже за 50. Тому повітря в робочих приміщеннях з індуктивними плитами практично не нагрівається, що створює оптимальні умови для роботи.

Потужність, температурний режим регулюються автоматично. Діапазон регулювання температур від 80 до 240 °С, що робить можливим застосування плити як для приготування їжі, так і у якості мармитів.

Передбачена можливість виконання конфорки у трьох варіантах: індукція, Хай-лайт, вок. Завдяки імпульсній роботі плити середньогодинне споживання електроенергії для 4-х конфорочної плити складає 0,63 кВт/год., для класичної плити - 2,75 кВт/год., щогодинна економія при роботі на індукційній плиті складає 2,12 кВт/год.

Висновок. Аналіз роботи індукційних плит доводить, що індукційна технологія, імпульсний режим роботи поєднує швидкість нагрівання з можливістю точного дозування подачі тепла, суттєво зменшує енергоспоживання, покращує умови праці.

19. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ДЕСЕРТІВ

Коробченко Ж.О., студент,

Польовик В.В., асист.,

Корецька І.Л., к.т.н.,

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

Сучасним десертам недостатньо бути просто солодкими. Сьогодні вони стають менш калорійними, подаються меншими порціями, набувають нових смаків та ароматів пряностей.

Здивувати сучасного споживача – завдання не із легких, враховуючи різноманіття авторських десертів та кондитерських виробів. Кожен виріб – як витвір мистецтва, поєднання кількох технік та багатьох смаків. Не кожен кухар може професійно та грамотно розробити рецептуру нової страви або виробу, наприклад в стилі сучасних тенденцій "fusion", що означає злиття кухонь, тим більше що у пошуках нових рецептур видиме бажання "обтяжувати" страву численними компонентами.

З'являються нові смакові поєднання, незвичайні форми подачі, змінюється звична структура компонентів, вдосконалюється приготування за класичними рецептурами. Також не менш важливими є емоції, які викликає страва у споживача. Десерт повинен дивувати і піднімати настрій ще з першого погляду.

На сьогоднішній день кожен кондитер ставить перед собою пріоритети у процесі приготування їх приготування. Наявність цих факторів робить десерт конкурентоспроможним в сучасних умовах. Розглянемо їх поступово.

1. Вироби із рожевого шоколаду. Новий вид шоколаду – рожевий Рубі – представив швейцарський виробник шоколаду Barry Callebaut. Він має легкий фруктово-ягідний смак. Насичений рожевий колір забезпечує червоний вид какао-бобів. В умовах закладів ресторанного господарства кондитери переробляють і темперують шоколадні напівфабрикати, перетворюючи їх на авторський шоколад, корпусні цукерки або декор для кондитерських виробів. До шоколадних плиток додають сублімовані фрукти, сушені квіти (лаванда, фіалки), прянощі, сухофрукти та горішки.

2. Молекулярні технології. Набирають обертів не тільки на кухні, але і в кондитерських цехах. Мета молекулярної кухні – здивувати, змінити текстуру і форму. У приготуванні десертів використовують такі техніки:

- Сферифікація. Прикладом є сери із манго, полуниці, юзу, йогурту, цитрусових; какао ікра; медова ікра; сферичний крем-брюле.

- Желефікація. Термостійкі фруктові начинки, виготовлені з додаванням альгінату та глюконату; фрукти у прозорій глазурі, солодкі бананові равіоли, морозиво із чізкейку з перцевим желе, бурякові канелони з малиновим сорбетом.

- Піни із фруктів та ягід доповнюють композицію на тарілці та надають довершеності смаку.

- Емульсифікація. Застосовується для приготування пудри із арахісової пасти,

шоколаду та ін..

- Фуд Пейрінг. Технологія заснована на поєднанні лише тих продуктів, які мають спільні ароматичні компоненти. У стравах комбінують незвичні продукти. Наприклад, кавова еспума з часником, десерт із кави, моркви, кокосу та апельсину, бурякове морозиво із вином, десерт із шоколаду, буряку та малини, апельсиновий гель з пивним морозивом.

3. Дієтичні десерти. Мода на здорове харчування диктує свої правила. На зміну висококалорійним десертам приходять більш легкі та низькокалорійні. Це різні суфле, сорбети, торти без цукру, вегетаріанські десерти, десерти для сиродів. Великих обертів набирають безлактозні та безглютенкові десерти.

4. Солоні десерти. Поєднання цукру та солі у солодких стравах надає їм певної пікантності та приваблює оригінальністю. Це солена карамель, макарони із сиром Дор Блю, морозиво із сиром Горгонзола, чізкейк з Камамбером та ін..

5. Глазурі. Вже декілька років не лишається популярності дзеркальна глазур (глясаж). Вона надає виробам блиску та певного стилю. Глясаж роблять різних кольорів, поєднують декілька кольорів на одному виробі, досягають ефектності за рахунок різниці температур.

Не менш актуальним покриттям є велюр. Всього три компоненти (шоколад, какао-масло і барвник) роблять поверхню десерту бархатистою.

6. Класика. Багато ресторанів залишаються прихильниками класичних, всім відомих десертів. Це «Наполеон», «Захер», «Опера», «Крем-брюле», «Панна кота», «Тірамісу» та ін.. Кондитери вдосконалюють свої вміння у приготуванні таких десертів, передають споживачеві саме класичний оригінальний смак та здійснюють бездоганне оформлення.

7. Декор. На сучасних святкових заходах десерти перестали бути лише ласощами, а більше нагадують витвори мистецтва. В тренді – стильні десерти, які відповідають концепції певного заходу. Мінімалізм, креативність, елегантність грають провідну роль у підході до оформлення. Це геометричні деталі, імітація живих квітів, малюнки, креативний дизайн, гра кольорів та яскраві акценти.

Висновок. Аналізуючи сучасні десерти у закладах ресторанного господарства, можна зробити висновок, що кожен прагне здивувати споживача оригінальністю оформлення, неочікуваними смаковими поєднаннями, зробити шоу на тарілці або донести первозданність класичних десертів.

Провідні напрямки у розвитку сучасних десертів потребують знання нових технологій, високої кваліфікації кухарів та кондитерів, наявності спеціальних інгредієнтів, інвентарю та обладнання. Десерт є завершальним етапом трапези, а, отже, покликаний справити якнайкраще враження на споживача та підняти настрій.

Література

1. http://restoranoff.ru/kitchen/ingredients/Noviee_tendencii_v_izgotovlenii_desertov/

1. <https://1plus1.ua/ru/korol-desertiv/novyny/konditerski-trendi-2018-roku>

2. <http://oblpto.in.ua/images/docum/>

3. <https://chefs-academy.com/>

4. <https://event.ru/details/elegantnyie-desertyi-9-stilnyih-idey/>

20. НОВА ТЕХНОЛОГІЯ АРОМАТНОЇ ВИПІЧКИ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Костенко А., магістрант,
Фурманова Ю.П., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Останнім часом набуває популярності революційна технологія ферментації тіста, запропонована французьким пекарем Філіпом Госселіном. Він довів, що дріжджі не бояться холоду, їх можна тримати в морозильній камері, розморожувати і використовувати далі за призначенням. Процес розмноження дріжджів при охолодженні значно сповільнюється. Але при тривалій ферментації в холодильнику аромат готової випічки стає незрівнянним.

Окрім покращення органолептичних властивостей готових виробів, технологія холодного бродіння дає можливість оптимізувати роботу закладу ресторанного господарства. Адже тісто можна приготувати звечора, вночі воно проходить стадію холодного бродіння, вранці випікається.

Дріжджове тісто, фізико-хімічні методи оцінки якості тіста.

Секрет технології тривалого бродіння полягає у тому, що збільшення часу набухання компонентів борошна і дії ферментів призводить до покращення смаку і аромату випеченого хліба.

Дослідження останніх років показали, що краще замінити шокове заморожування регульованою температурою на всіх стадіях бродіння тіста. Найзручнішим вважається вистоювання тіста за понижених температур, коли сформовані заготовки вміщують у спеціальну холодильну шафу.

При цьому тістові заготовки не охолоджуються нижче, ніж до -7°C , оскільки за таких умов можливе утворення кристаликів льоду всередині заготовки.

Це в подальшому може погіршити структуру м'якушки та аромат хліба.

Крім того, у порівнянні із технологією шокового заморожування, дана технологія дає можливість економії електричної енергії до 45% [1].

Висновок. Обґрунтовано доцільність використання технології холодного бродіння для дрібно шматкових хлібобулочних напівфабрикатів у закладах ресторанного господарства. Зазначена технологія сприятиме оптимізації праці у ЗРГ та покращенню органолептичних властивостей хлібобулочних виробів власного виробництва.

Література

1. Хроменков В.М. Технологія длительного брожения теста [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.breadbranch.com

21. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВІВСЯНОГО ПЕЧИВА ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Краснощоква К.П., магістрант,

Зуйко В.І., к.т.н.

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

На сьогоднішній день харчування населення повинно не лише задовольняти фізіологічні потреби споживача за рахунок калорійності, а й бути збалансованими за вмістом основних нутрієнтів та мати у своєму складі компоненти, які б надавали виробам і стравам функціональних властивостей. Виконання даної вимоги до якості харчових продуктів – завдання сучасного технолога. В першу чергу удосконаленню технології підлягають соціальна група продуктів та борошняні кондитерські вироби, які користуються найбільшим попитом серед потенційних споживачів.

На кафедрі технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій ведеться робота з удосконалення технології вівсяного печива з метою надання популярному виробу функціональних властивостей, а саме покращити хімічний склад та знизити його калорійність. Для досягнення поставленої мети було проведено заміну вівсяного борошна на вівсяні пластівці, включено до складу виробів додаткові компоненти, такі як:

- сушені яблука (джерело значної кількості харчових волокон, заліза, калію і міді);
- насіння соняшнику (джерело вітаміну Е, харчових волокон та значної кількості мінеральних речовин, таких як селен, манган, мідь, магній, фосфор та цинк);
- курага (джерело харчових волокон, вітамінів А та Е, мінералів кремнію, кобальту, хрому і калію) [1].

Варто зазначити, що вівсяні пластівці є одним із тих продуктів, що майже на 100% засвоюється у людському організмі.

Висновок. В результаті удосконалено технологію традиційного вівсяного печива отримано новий продукт, збагачений харчовими волокнами та суттєво покращеним мінеральним складом. Збільшення вмісту харчових волокон до 20-30 % від добової потреби є доцільним, зважаючи на їх здатність виводити з організму важкі метали та покращувати загальний стан роботи шлунково-кишкового тракту, а збагачений мінеральний склад виробів направлений компенсувати низьку харчову цінність щоденного раціону споживачів. Тобто запропоноване удосконалення відповідає всім вимогам до сучасного харчового продукту.

Література

1. Сирохман І.В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення. Навчальний посібник / І.В. Сирохман, В.М. Завгородня. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 544 с

22. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ «ШУМУ ВЕРШКОВОГО» НА ОСНОВІ БАНАНОВОГО ПЮРЕ

Краснощокова К.П., магістрант,

Польовик В.В., асист.,

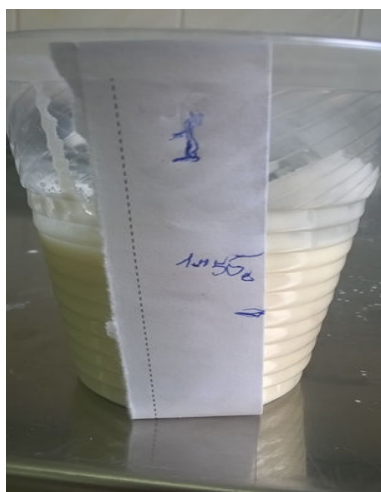
Корецька І.Л., к.т.н.,

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

Шум – це ніжний повітряний збивний десерт, на основі збитих вершків, цукру або цукрової пудри, десерт не випікається та подається охолодженим. Група збивних холодних десертів має доволі широкий асортимент та користується великим попитом у споживачів.

Під час проведення дослідження в якості матеріалів використовується пюре банану та глюкозно-фруктозний сироп. Фізико-хімічні, структурно-механічні показники сировини і напівфабрикатів визначали загальноприйнятими методиками. Мікрофільмування структури піни проводили за допомогою мікроскопу Bresser Biolux NV 20x-1280x.

Нову страву порівнювали з контролем за фізико-хімічними та органолептичними показниками (рисунок 1).



а



б



в



г

Рисунок 1 – Досліджувані зразки: а, в – контрольний зразок; б, г – найкращий зразок

Було проведено аналіз структури та стійкості піни зразків. Структура зразків вийшла стабільною та більш ніжною, ніж в контролі, за рахунок бананового пюре. Під час перевірки піностійкості було виявлено, що додавання ГФС 42 покращило стійкість даної структури майже у два рази.

Було розраховано вміст макронутрієнтів в зразках (рисунок 2). На діаграмі ви можете спостерігати, що нова рецептура характеризується значним зниженням вмісту жиру та незначним підвищення вмісту вуглеводів через введення рослинної сировини. Це дало нам, в порівнянні з контролем, зниження калорійності продукту на 23% (363,5 ккал в контролі та 286,8 в зразку №4).

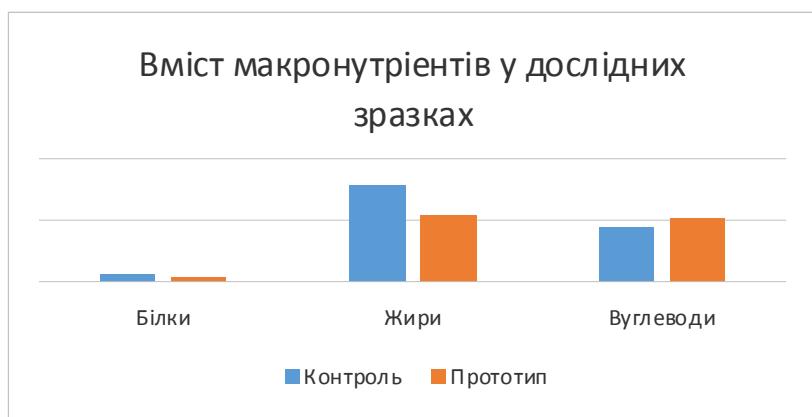


Рисунок 2 – Вмісту макронітрієнтів у дослідних зразках

Було розроблено нову рецептуру та складено технологічну схему (рисунок 3).

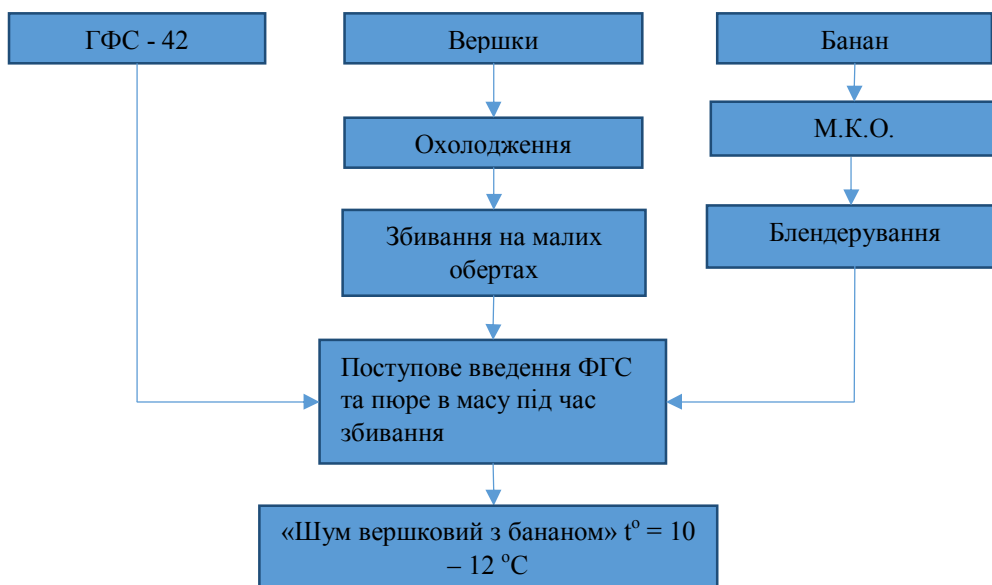


Рисунок 3 – Технологічна схема

Висновок. На підставі проведених досліджень було показано можливість використання пюре з банану для поліпшення органолептичних властивостей і підвищення харчової та енергетичної цінності шуму вершкового, надання йому функціонально-технологічних властивостей та зниження його калорійності.

23. РОЗВИТОК НАУКОВИХ ОСНОВ ТЕХНОЛОГІЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЯКОСТІ АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Кузьмін О.В., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

На сьогодні ринок алкогольної продукції в Україні має негативну динаміку, тому між лідируючими підприємствами йде боротьба за першість на ринку. Лідери ринку активно шукають механізми ведення конкурентної боротьби, у тому числі поставки на ринок високоякісної алкогольної продукції. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває розвиток наукових основ технології стабілізації якості алкогольної продукції.

Для удосконалення технології алкогольної продукції та стабілізації її якості використовували науково-теоретичну базу кваліметрії із застосуванням комплексного метода оцінки якості. Це передбачає перетворення абсолютних значень показників (P_{ij}) в безрозмірні кодовані значення (Y_{ij}), за рахунок функції бажаності Харрінгтона (рисунк 1), побудованої за експоненціальною залежністю [1]:

$$K_{ij} = \exp \left[- \exp \left(- Y_{ij} \right) \right],$$

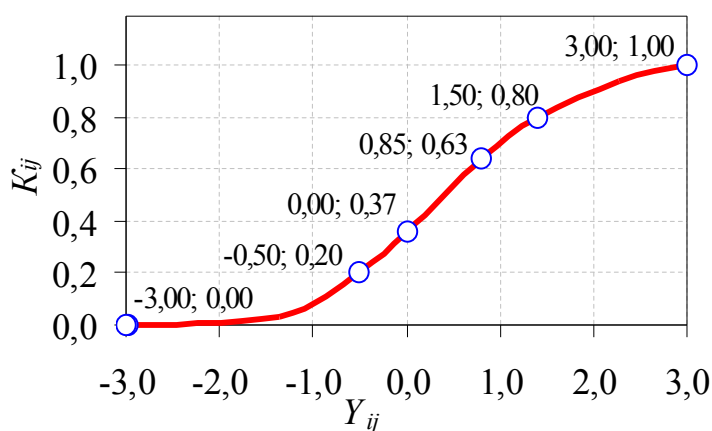


Рисунок 1 – Графік функції бажаності Харрінгтона

де Y_{ij} – кодоване значення абсолютного показника P_{ij} ;

K_{ij} – одиничний показник якості.

Кодовані (Y_{ij}) і відповідні їм абсолютні значення (P_{ij}) показників розташовано на осі абсцис, значення одиничних показників (K_{ij}) – на осі ординат. Шкала одиничних показників (K_{ij}) знаходиться у діапазоні (1,00...0,00) з оцінкою: відмінно

– (1,00...0,80); добре – (0,80...0,63); задовільно – (0,63...0,37); погано – (0,37...0,20); дуже погано – (0,20...0,00). Відповідно шкала кодованих значень (Y_{ij}) знаходиться у діапазоні значень (3,00...–3,00) з оцінкою: відмінно – (3,00...1,50); добре – (1,50...0,85); задовільно – (0,85...0,00); погано – (0,00...–0,50); дуже погано – (–0,50...–3,00). Згідно з безрозмірною шкалою Харрінгтона оцінки одиничних показників дорівнюють: еталонному значенні – $K_{ij}^{em}=1,00$ при $Y_{ij}^{em}=3,00$; допустимому значенні – $K_{ij}^{don}=0,37$ при $Y_{ij}^{don}=0,00$; бракувальному значенні – $K_{ij}^{bp}=0,00$ при $Y_{ij}^{bp}=–3,00$. Для перетворення одиничних показників якості (K_{ij}) у комплексну оцінку (K_0) з урахуванням відповідних коефіцієнтів вагомості (m_{ij}) використовують середньозважену арифметичну залежність:

$$K_0 = \sum_{i=1}^n K_{ij} \cdot m_{ij},$$

де K_{ij} – оцінка одиничного показника;
 m_{ij} – коефіцієнт вагомості показника;
 n – кількість показників.

Алгоритм комплексної оцінки якості включає: складання ієрархічної структури властивостей об'єкту; визначення значень показників якості P_{ij} ; вибір шкали розмірності комплексної оцінки K_0 ; вибір властивостей базових показників ($P_{ij}^{баз}$); визначення виду залежності між показниками P_{ij} , їх базових значень $P_{ij}^{баз}$ і оцінками K_{ij} ; обчислення оцінок простих властивостей K_{ij} ; визначення способу знаходження вагомості m_{ij} ; M_j ; обчислення комплексної оцінки якості K_0 .

У результаті досліджень проведено експериментальні дослідження при моделюванні раціонального складу технологічної води, адаптованої для виробництва алкогольної продукції за рахунок класичних та альтернативних технологій підготовки води: питної; зм'якшеної Na -катіонуванням; демінералізованої зворотним осмосом; концентрованої зворотним осмосом; деіонізованої дистиляцією; анодної та катодної електрохімічної активації з використанням комплексного методу оцінки якості.

Класичні технології підготовки води характеризуються комплексними показниками якості (K_0): питної води – 0,323; зм'якшеної води – 0,501; демінералізованої води – 0,837; концентрованої води – 0,353.

Підготовка води поліпшеної якості передбачає використання питної води з комплексним показником якості (K_0 0,323), з подальшою катодною (K_0 0,353) та анодною електрохімічною активацією (K_0 0,296) питної води та їх суміщу католіт/аноліт – 75/25 % (K_0 0,372) при подальшому Na -катіонуванні (K_0 0,518) та демінералізації зворотним осмосом (K_0 0,928).

Вода концентрована після демінералізації зворотним осмосом має більші значення комплексного показника якості (K_0 0,437) ніж питна вода після електрохімічної активації у пропорції католіт/аноліт – 75/25 % (K_0 0,372). Це пояснюється тим, що в концентраті загальна твердість складає 0,03 ммоль/дм³, що у 45,3 рази менше ніж у суміші католіт/аноліт питна (75/25 %) – 1,36 ммоль/дм³, що підтверджується відповідним значенням масової концентрації кальцію, магнію у концентраті – 0,271 мг/дм³ та у суміші католіт/аноліт питна – 75/25 % (18,838 мг/дм³). Для виробництва алкогольної продукції ці показники дуже вагомі, тому мають лімітовані значення загальної твердості на рівні – не більше 0,1 ммоль/дм³, що свідчить про можливість використання концентрованої води з підмішуванням до початкової води.

Висновок. Підготовка води поліпшеної якості передбачає електрохімічну активацію питної води, з отриманням суміші католіт/аноліт – 75/25 % (K_0 0,372), при подальшому Na -катіонуванні та демінералізації зворотним осмосом.

Література

1. Кузьмин О.В. Усовершенствование процессов производства алкогольной продукции : монография / О.В. Кузьмин. – Донецк : ДонНУЭТ, 2014. – 488 с.

24. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВОДНО-СПИРТОВИХ НАСТОЇВ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА СИРОПІВ

Кузьмін О.В., к.т.н,
Златева К.В., студент,

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

Кондитерські вироби в Україні традиційно користуються попитом у різних верст населення, тому на сьогодні є актуальним збільшення їх кількості за рахунок використання різноманітної сировини, яка може бути заміниками вже існуючої, але з кориснішими властивостями [1].

Метою роботи є наукове обґрунтування та інноваційні технології водно-спиртових настоїв для виробництва сиропів у кондитерських виробках, для надання їм функціональних та оздоровчих властивостей.

Об'єкт дослідження – характеристики і показники якості водно-спиртового настою з рослинної сировини, сиропу для просочування: органолептичні показники (колір, запах, смак); фізико-хімічні показники (рівень рН, окисно-відновний потенціал – ОВП).

Предмет дослідження – водно-спиртовий настій з рослинної сировини, коньяк України 3*.

Методи дослідження – редоксметрія – визначення антиокислювальної здатності водно-спиртової сировини; рН-метрія; методика визначення органолептичних показників.

На сьогодні сиропи для просочування повинні не тільки виконувати свою основну технологічну функцію – зволожувати та поліпшувати органолептичні показники кондитерських виробів, а також повинні збагачувати готовий продукт корисними для організму людини речовинами. Завдяки настоюванню рослинної сировини у водно-спиртовому середовищі відбувається зберігання корисних речовин (вітамінів, мінеральних речовин, органічних кислот, поліфенольних сполук), що призводять до підвищення антиоксидантних властивостей та збільшення строків реалізації готової продукції.

Основним інструментом, що забезпечує життєдіяльність будь-якого організму та регулює співвідношення кількості енергії на підтримку гомеостазу (відносної динамічної постійності складу і властивостей внутрішнього середовища і стійкості основних фізіологічних функцій організму) та витрачається на регенерацію клітин організму, є зміна швидкості окисно-відновних реакцій. Ця швидкість залежить від концентрацій і співвідношення окислених і відновлених форм речовин в організмі, тому одним з найбільш значущих чинників регулювання параметрів окисно-відновних реакцій є ОВП.

Можна зробити попередній висновок, що використання водно-спиртових настоїв рослинної сировини з заданими значеннями ОВП, дозволить їх використання як напівфабрикатів для виробництва сиропів у кондитерському виробництві, які здатні змінювати швидкість і напрям окислювально-відновних процесів в організмі, регулювати біологічну активність та уповільнювати

негативні процеси в організмі людини. В результаті буде отримано продукт з захисними відновними властивостями.

Водно-спиртові настої листя суниці лісової містять у своєму складі найважливіші мікронутрієнти – вітаміни (А, С, В, Р, В₁, В₂, РР, К, Е), мінеральні речовини (Со, Fe, Mn, Se, Са, Р), органічні кислоти, біологічно активні речовини, ефірні олії, поліфенольні сполуки, мають високі показники енергії відновлення, що забезпечує сильні антиоксидантні властивості для організму людини. Поліфенольні речовини зміцнюють кровоносні судини, тому вироби з сиропом можуть бути рекомендовані для раціонів харчування осіб з серцевою недостатністю. Антиоксидантні властивості продукту також підвищуються за рахунок поліфенольних сполук, отже продукт має радіопротекторну дію. Мінеральні речовини покращують кровотворення, підтримують кислотнo-лужну рівновагу, зміцнюють серцево-судинну систему, допомагають протидіяти інфекційним захворюванням. Вітамін Е захищає від впливу тютюнового диму, вихлопних газів з навколишнього середовища, що є актуальним для мешканців мегаполісів. Вітамін А знешкоджує віруси та бактерії, підтримує молодість клітин, покращує зір та стан шкіри, а також має антиканцерогенну дію.

В результаті проведених досліджень (таблиця 1) найбільші показники енергії відновлення та одні з найкращих органолептичних показників отримав водно-спиртовий настій з трави суниці лісової при порівнянні з коньяком України 3*.

Таблиця 1 – Характеристика водно-спиртової сировини

Найменування сировини	Об'ємна частка етилового	Температура розчину, °С	Водневий показник, од. рН	ОВП _{мін} , мВ	ОВП _{факт} , мВ	Енергія відновлення, мВ	Дегустаційна оцінка, бал
Коньяк України 3*	40	20	3,72	436,8	198,0	238,8	9,60
Водно-спиртовий настій суниці лісової (трави)	40	20	4,53	388,5	103,0	285,5	9,67

Висновок. Використання водно-спиртового настою суниці лісової у складі сиропу для просочування кондитерських виробів дозволить підвищити окисно-відновні властивості готового продукту, забезпечити його покращеними споживчими властивостями та дозволить зменшити собівартість готового продукту за рахунок зменшення частки коньяку України.

Література

1. Improvement technologies of aqueous-alcoholic infusions for the production of syrups / [Kuzmin O., Kovalchuk Y., Velychko V., Romanchenko N.] // Ukrainian Journal of Food Science. – Kyiv: NUFT, 2016. – Volume 4, Issue 2. – pp. 258-275.

25. ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ СИРІВ В УКРАЇНІ

Кузьмін О.В., к.т.н.,

Огійчук С., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

На сьогодні відомо такі види фальсифікації сирів в Україні: асортиментна, кваліметрична та інформаційна.

Асортиментна фальсифікація сиру передбачає підміну одного виду, що має високий вміст жиру, іншим – знежиреним; або заміну одного сорту сиру іншим.

Під кваліметричною фальсифікацією сиру розуміють прискорення терміну дозрівання, або недотримання технологічних режимів виробництва сиру – при зменшенні вмісту жиру чи підвищенні вмісту води, що призводять до погіршення якісних показників сирів.

Інформаційна фальсифікація сиру передбачає підробку щодо найменування товару, фірми-виробника, кількості товару, митних документів, сертифікату якості, штрихового коду, дати виготовлення.

Для зменшення собівартості виробництва та прискорення часу дозрівання сирів додають фосфати кальцію, калію чи натрію, які скорочують термін дозрівання вдвічі, що порушує природний хід дозрівання й змінює поетапні процеси (відмирання молочнокислих стрептококів, збільшення молочних бактерій, бродіння лактози тощо).

Додавання солей фосфатів (E339, E340, E341) для збільшення терміну придатності сирів є шкідливим. Надлишок фосфору виводить кальцій із організму, знижує його засвоєння, стає загрозою розвитку остеопорозу у дорослих і рахіту у дітей; у нирках і жовчному міхурі утворюються камені, порушується робота печінки та шлунково-кишкового тракту.

Додавання нітриту натрію (E250) – консерванту, призводить до розвитку онкологічних захворювань. В продуктах, що містять нітрити, при нагріванні утворюються нітрозаміни, які здатні викликати рак шлунку та рак кишечника.

Деякі виробники замінюють молочні білки на рослинні, отримані з генетично модифікованої сої. Так створюється молочно-рослинний продукт. Попри те, що з 1 липня 1999 року всі продукти, що містять ГМО, повинні мати спеціальне маркування, воно, на жаль, часто відсутнє. Виходить, що фальсифікація ізолятами (соевим білком) не тільки заміщує молочні білки рослинними, ще й вводить у них трансгенні білки.

Додавання транс ізомерів жирних кислот шкідливе для здоров'я людини, її надмірне вживання скорочує тривалість життя, а також викликає онкозахворювання та серцево-судинні хвороби.

Висновок. В результаті апіорного аналізу розглянуто асортиментну, кваліметричну та інформаційну фальсифікації сирів, які призводять до появи на ринку неякісного продукту, що призводить до порушень роботи органів людини та викликає смертельні захворювання.

26. ХАРЧОВІ ДОБАВКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Литовченко М., студент,

Романченко Н.М., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Харчові добавки – природні, ідентичні природним або штучні речовини, які самі по собі не вживаються як харчовий продукт або звичайний компонент їжі. Вони додаються у харчові продукти з технологічних міркувань на різних етапах виробництва, зберігання, транспортування готових продуктів з метою поліпшення або полегшення виробничого процесу або окремих його операцій, збільшення стійкості продукту до різних видів псування, збереження структури і зовнішнього вигляду продукту або навмисної зміни органолептичних властивостей.

На сьогодні питання безпечності вживання продуктів харчування до складу яких входять харчові добавки потребує подальшого дослідження з точки зору нешкідливості таких продуктів для здоров'я людини.

Виробники харчових продуктів позначають наявність харчових добавок у продукті буквеними кодами «Е» та трьохзначними номерами. Індекс «Е» спеціалісти асоціюють як зі словом «Європа», так і зі словами «esbar», «edible», що у перекладі із німецької та англійської мов, відповідно, означає «їстівний».

Реакція організму людини на харчові добавки є виключно індивідуальною. Є добавки, котрі вважаються безпечними, згідно із розпорядженням вищих інстанцій, проте у деяких людей вони можуть викликати приступи астми або аритмію. Для таких людей важливо знати, що саме приховується за кодом, це дасть можливість передбачити реакцію організму на ту чи іншу добавку. Наприклад, згадаємо про глютамат. У харчовій промисловості ця речовина відома як глютамат натрію, підсилювач смаку Е621. Ця харчова добавка створює присмак м'яса. Її додають у локшину та супи швидкого приготування, соуси, консерви, суміші приправ, готові страви, маринади, ковбасні вироби, чіпси. Ця харчова добавка може викликати ряд побічних ефектів. У людей, чутливих до глютамату натрію, можуть виникнути напади бронхіальної астми, кропивниця, головні болі. Наскільки часто зустрічаються такі проблеми? Згідно із дослідженнями, проведеними виробниками глютамату, такі випадки зустрічаються у 1,8% людей. Відповідно до незалежних досліджень—у 33%. Значне споживання продукту із цією харчовою добавкою може викликати, так званий, синдром китайського ресторану: головний біль, пришвидшене серцебиття, біль у грудях, нудота, сонливість та слабкість. Це лише один приклад, насправді ж небезпек набагато більше.

До переліку харчових добавок, яких слід уникати, належать:

- барвники: 102, 104, 107, 110, 122-124, 127-129, 132, 133, 142, 151, 155, 160b/
- консерванти: 200-203, 210-213, 220-225, 228, 249-252, 280-283, 310-312, 319-321;

- згущувачі: 407;
- підсилювачі аромату: 620-625, 627, 631, 635;
- штучні замінники цукру: 950-952, 954-957.

Часте споживання харчових продуктів, що містять вищеперераховані харчові добавки, сприяє розвитку хвороб шлунково-кишкового тракту таких як: гастрит, виразка шлунку та 12-палої кишки, холецистит, та жовчнокам'яна хвороба; алергійних реакцій, зокрема, бронхіальної астми; хвороб серцево-судинної системи, сечокам'яної хвороби та утворенню злоякісних пухлин.

Окремо варто відзначити також негативний вплив на здоров'я і дорослих і дітей суміші деяких харчових добавок, які окремо одна від одної зазвичай не несуть загрози споживачеві.

Наприклад, поєднання в одному продукті бензоату натрію (E211) та антиоксиданту аскорбінової кислоти (E 300), відомого ще, як «вітамін С» призводить до хімічної реакції, внаслідок якої у продукті синтезується бензол, небезпечний токсичний канцероген.

Цікаво, що деякі виробники солодких напоїв виставляють наявність вітаміну С у напоях, що містять бензоат натрію, як ознаку піклування про здоров'я споживачів, приховуючи інформацію про шкідливість поєднання цих харчових добавок.

27. КОМПОЗИЦІЯ ЧАЮ ЧОРНОГО З ВІДВАРАМИ ПРЯНОСТЕЙ ДЛЯ ОСІБ З ДОМІНУЮЧОЮ КАПХА-ДОШЕЮ

Лука А., магістр,
Фролова Н.Е., д.т.н.,

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

Покращення рецептури страв у меню, за допомогою введення сировини та продуктів приготовлених за аюрведичними засадами є пріоритетним завданням для закладів невисокого рівня, таких як закусочні, в першу чергу для покращення хімічного складу, смаку та запаху та для привернення уваги споживачів та гостей закладу і їх збільшення.

Використання чайного напою з прянощами в аюрведичному кафе в першу чергу для людей з конституцією Капха-доші як у вигляді гарячого напою в прохолодну погоду, так і у вигляді прохолодного напою в жаркий період року. В цьому випадку відвар композиції прянощів може подаватися у вигляді заморожених кульок до охолодженого чаю.

Слово «Капха» складається з двох санскритських коренів «ка», що означає «вода», і «пха», що означає «пишно рости», «цвісти», «процвітати». Основна характеристика Капхи – вологість і холод. І для рівноваги необхідно вживати продукти з протилежною властивістю - сухим і теплим. Збільшує Капху солодкий смак і, в меншій мірі, кислий і солоний. Знижують же Капху пекучий (гострий), терпкий і гіркий смаки.

Ефективним методом зниження Капхі є використання прянощів та спецій, оскільки домінуючими її смаками трав є гіркий, терпкий і гострий. Лише деякі прянощі та спеції сприяють збільшенню Капхі. Але навіть солодкі, тонізуючі і пом'якшувальні прянощі та спеції можуть використовуватися з метою рівноваги Капхі. Таким чином, прянощі та спеції є прекрасною основою для терапії Капхі, спрямованої на зниження ваги і виведення токсинів.

Чудовою елементом харчування Капхі є споживання напоїв, в тому числі трав'яних чаїв із прянощами та спеціями, різними травами.

Отже для харчування людей з переважаючою Капха-дошею доцільно розроблення чайних напоїв з композицією прянощів та спецій, спрямованих на зниження ваги і виведення токсинів.

Досліджувався склад композиції чаю чорного байхового чаю Greenfield ClassicBreakfast, Greenfield Golden Ceylon» з відварами пряностей: кора кориці, корінь імбиру свіжий та сухий, сухі бутони гвоздики для осіб з домінуючою Капха-дошею.

Відвари готували за загальним правилом – одна частина комбінації прянощів на 16 частин води, тобто на чашку (250 см³) близько 15 г прянощів. Розчин кип'ятили на слабкому вогні, поки вода не випариться до 1/4 початкового об'єму. Так 4 чашки води з прянощами випаровували до однієї. Дана процедура тривала кілька годин, проте відвари мали приємний, тонкий, проте добре відчутний аромат східних прянощів.

Оцінювали відвари композиції прянощів за дескрипторами 6 смаків: кислий; гіркий; солодкий; солоний; пекучий; терпкий. Обрано для аюрведичних чаїв композиція – 0,5 г гвоздики: 1 г сухого кореню імбиру та 2 г кориці.

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

Чайна композиція з чорним чаєм «Greenfield Classic Breakfast» та прянощами показала високі органолептичні показники. Обрані прянощі органічно поєднується із досліджуваним зразком чорного чаю, підсилюючи його смак та аромат не надає мутності. У замороженому стані зберігається добре із терміном зберігання до 8 днів.

Висновок. Обґрунтовано доцільність розроблення чайних напоїв з композицією прянощів кориця, гвоздика, корінь імбиру для підтримки балансу Капха-доші. Доведено доцільність використання композиції прянощів у співвідношенні за масовою часткою: гвоздика 0,5, кориця 2, сухий корінь імбиру. Підібрані концентрації внесення композиції відварів прянощів до настою чорного байхового чаю. Оптимальна доза композиції відварів при має не перевищує 3...5 %.

Література

1. Свобода Роберт Аюрведа: жизнь, здоровье, долголетие /Роберт Свобода Пер.с англ., 2-е издание. – М.: Саттва, 2007. — 384 с
2. Домарецький В.А. Технологія екстрактів, концентратів і напоїв із рослинної сировини / В.А. Домарецький, В.Л. Прибильський, М.Г. Михайлов. – Вінниця : Нова книга, 2005. – 408 с.
3. Технологія продукції харчування у таблицях і схемах: Навчальний посібник/ Дорохіна М.О., Капліна Т.В. – К.: Кондор, 2008.- 280 с. ISBN 978-966-357-148-1

28. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЗМІНИ ЯКОСТІ САЛАТНОГО СОУСУ В ПРОЦЕСІ ЗБЕРІГАННЯ

Любцова Ю.Л., аспірант,

Усатюк С.І., к.т.н.,

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

Важливим елементом при виробництві салатних соусів є забезпечення якості та безпечності продукту в процесі його зберігання. Від умов виробництва, технологічного процесу та його досконалості значною мірою залежить раціональне використання продукції та рівень забезпечення його попиту у населення.

Вирішення проблеми поряд з нарощуванням виробництва салатних соусів залежить від збільшення кінцевого продукту за рахунок розвитку прогресивних технологій зберігання, в яких забезпечуються якісні характеристики готового продукту.

В даній роботі за для визначення показників зміни якості салатного соусу в процесі зберігання були використані органолептичні та фізико-хімічні методи досліджень. Фізико-хімічні показники якості були визначені за такими методами: масова частка сухих речовин висушуванням до постійної маси відповідно до ГОСТ 28561-90; титрована кислотність (в перерахунку на яблучну кислоту) відповідно до ДСТУ 4957-2007; масова частка повареної солі відповідно до ДСТУ ISO 1841-2.

Для тривалого зберігання зеленого соусу перш за все в рецептурі були підібрані інгредієнти, які в даному продукті виступають в ролі природних консервантів. В якості консервантів виступають сіль, та цукор. Зелена цибуля, часник та соняшникова олія, які входять до рецептури соусу, являються природними антиоксидантами [1].

Для зберігання якості продукції протягом тривалого часу виступає також температура та умови зберігання. Оптимальні температурні режими для зелених соусів з урахуванням їх анатомічної будови, хімічного складу, фізичних властивостей 4 ... 6° С [2].

Отже, зважаючи на природній вміст натуральних консервантів, вирішено дослідити лише вплив пастеризації на термін придатності салатного соусу.

Протягом 14 діб були проведені дослідження змін показників якості зеленого соусу без термообробки у порівнянні із зразком, який пройшов процес пастеризації при температурі 60°С за час 3 хвилини в процесі зберігання. За час проведення дослідження зразки зберігалися в темному приміщенні при температурі 4...6°С.

Органолептичні та фізико-хімічні показники якості досліджуваних зразків приведені в таблиці 1 та 2 відповідно.

За дослідженнями було визначено термін зберігання соусу на рівні 14 діб, так як за цей період фізико-хімічні властивості є в межах норми.

Таблиця 1 – Органолептичні показники зелених соусів

Показники	Зразок №1 – контроль	Зразок №2 – пастеризація
Зовнішній вигляд, консистенція	Однорідний, в'язкий продукт з однорідними включеннями пухирців повітря. Наявність частинок прянощів, добавок включень від рецептурних компонентів. Рівномірний за своєю консистенцією.	Однорідний, в'язкий продукт з однорідними включеннями пухирців повітря. Наявність частинок прянощів, добавок включень від рецептурних компонентів. Рівномірний за своєю консистенцією.
Смак і запах	Чистий, притаманний зеленому соусу, ніжний без стороннього присмаку, свіжий, насичений, трав'яний, аромат викликає апетит	Чистий, притаманний зеленому соусу, ніжний без стороннього присмаку, свіжий, менш насичений, трав'яний, аромат викликає апетит.
Колір	Приємний ,зеленого кольору з жовтуватим відтінком	Буро-зелений колір

Таблиця 2 – Фізико-хімічні показники зелених соусів

Фізико-хімічні показники	Зразок №1 - Контроль;(доба)			Зразок №2 - Пастеризація;(доба)		
	1	7	14	1	7	14
Масова частка сухих речовин, %	23	22	21,5	22	21,5	21
Титрована кислотність, ° Т	1,5	1,5	1,6	1,6	1,65	1,8
Масова частка повареної солі, %	2	2	2	2	2	2
Масова частка мінеральних домішок, %	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02

Висновок. За проведеними дослідженнями, виходячи з отриманих даних, пастеризація продукції не впливає на фізико-хімічні та органолептичні показники салатних соусів, а навпаки, деякі з них навіть гірші, ніж у зразку, який не проходив пастеризацію. Отже, рекомендовано не проводити термічну обробку салатного соусу, що дає змогу на виробництві з економити час та гроші.

Література

1. Оковитый С.В. Клиническая фармакология антиоксидантов. Клиническая фармакология. Избранные лекции / С. В. Оковитый. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2009. – 602 с
2. Жарикова Г.Г. Микробиология продовольственных товаров. Санитария и гигиена: учебник / Г.Г. Жарикова. – М.: Академия, 2005. – 300 с.

29. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ У ХАРЧУВАННІ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Мельник В.Ю., студент,

Кравчук Н.М., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

На сучасному етапі розвитку ресторанної сфери існує висока конкуренція, саме тому важливим є створення новітніх технологій в приготуванні та оздобленні страв для приваблювання нових споживачів. Здивувати відвідувачів оригінальною подачею страв, управляти формою, кольором, текстурою, ароматом, вологістю продуктів - перевернути їхнє уявлення про гастрономію та забезпечити унікальні конкурентні переваги ресторану

У кухнях багатьох країн додають у їжу різноманітні квіти – не лише гарно, а й смачно і корисно. Їстівні квіти усе частіше починають використовувати у своїх стравах європейські кухарі, а в Китаї їх додавали у їжу протягом тисячоліть. Страви з квітами – це не новомодна тенденція. Ще в стародавньому Римі їли квіти гладіолусів, разом з сіллю і оливковою олією.

Їстівні квіти містять велику кількість фенольних смол – речовин, у яких вченим вже вдалося виявити протизапальну активність і які можуть зменшити ризик розвитку серцевих та ряду онкологічних захворювань. Споживання у їжу ряду їстівних квітів, допомагає уникнути раку. Результати дослідження опубліковані у журналі *Journal of Food Science* від американського Інституту харчових технологій [2].

В зв'язку з цим, вивчення можливості використання їстівних квітів у рецептурах і оздобленні страв є актуальною проблемою.

Проведено аналіз наукової літератури щодо можливості використання їстівних квітів у виробництві страв та виробів у закладах ресторанного господарства.

В Україні розпочали вирощувати їстівні квіти. Недарма тисячі квітів щодня роз'їжджаються Україною. Переважно до ресторанів, адже квіткові страви й напої користуються великим попитом.

Для споживання у їжі підходять, наприклад, лаванда, троянда, ромашка, васильки, мати-й-мачуха та деякі інші види квітів. Дієтологи пропонують використовувати їх як добавку до їжі – як компонент соусу, окремий інгредієнт у рецепті або просто аналогічно до кропу та петрушки. Основними стравами є салати та десерти, проте деякі квіти знаходять і ширше застосування [1].

Квіти цукіні. Великі жовті квіти цукіні – одні із найсмачніших їстівних квітів. За смаком квіти м'які та солодкі. Їх їдять сирими, додають у салати, фарширують різноманітними начинками, смажать у клярі (найпростіший та найсмачніший варіант).

Настурція. У нашій місцевості рослина більше відома як лікарська, хоча у світовій гастрономії її знають, люблять і високо цінують за пікантний, дещо перцевий смак із солодким, пряним післясмаком. Варто відмітити, що настурція

– повністю їстівна рослина. Паростки додають у салати, супи та сендвічі, а сушені квіти та стебла – у якості приправи для заправки. Червоні, помаранчеві та жовті свіжі квіти їдять у складі салатів, прикрашають ними страви із сирів та овочів.

Фіалки. Зацукровані квіти фіалки – десерт, який сотні років назад любили європейські королеви. Наразі ароматними фіолетовими пелюстками прикрашають листові салати, тістечка, кремові десерти та морозиво. Квітами можна ароматизувати цукор. Просто засипавши ним жменю фіалок та залишивши десь на тиждень. Ароматним цукром можна солодити десерти або каву з молоком.

Лаванда. Крихітні фіолетові квіти мають дуже яскравий смак та аромат сосни кедру, і легку солодкість у свіжому вигляді. Лаванду додають до сумішей трав при приготуванні м'яса, приправляють квітами десерти – від випічки до різноманітних желе, ароматизують нею вершки, бульйони, цукор, додавати лаванду варто у невеликих кількостях.

Троянда. У їжу споживають пелюстки практично усіх дикоростучих видів рослини. Бутони квітів сушать і потім заварюють чай, а свіжі – додають у салати, десерти. Літній варіант – заморозити пелюстки у кубиках льоду та подавати із водою, коктейлями або пуншами. Ніжний аромат пелюсток квітів троянди відтінить шовковистою пряністю будь-який напій.

Кульбаба. Про неї кажуть «квіти також їстівні», тому загострювати на них увагу не будемо. А ось про листя варто поговорити. Як родич цикорію, листя кульбаби надзвичайно багаті на вітаміни, і у свіжому вигляді володіють приємною гіркотою, яка поєднується із більш ніжними салатами. Також, у напої та десерти додають квіти акації, липи, ромашки, жасмину, бузку, дрібні хризантеми, маргаритки та апельсинові квіти.

Квіти або цілі суцвіття є основою для чаїв та відварів. Основною якістю таких напоїв є їх очищувальна та протизапальна дії, що робить чаї незамінним у сезон застуд. Не варто ігнорувати і потужні бактерицидні властивості багатьох квітів – чай подолає запалення як порожнини роту, так і шлунку. Окрім того, відвари квітів володіють антиоксидантними, детоксикуючими властивостями.

Висновок. Отже, можна сказати про те, що їстівні квіти усе частіше починають використовувати у своїх стравах кухарі, оскільки зараз стрімкими темпами розвивається гастрономічна мода на використання квітів у стравах. Сьогодні цей тренд дозволяє отримувати смачну та різноманітну їжу, а ресторани вже давно роблять акцент на корисну їжу, яка при цьому має відмінні смакові властивості.

Література

1. Їстівна краса – найсмачніші квіти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/yistivna-krasa-naysmachnishi-kvity>.

2. Їстівні квіти допоможуть у боротьбі з раком [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/yistivni-kvity-dopomozhut-u-borotbi-z-rakom>.

30. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГИ «FROM FARM TO TABLE» В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Михайленко В.М., асист.,

Джиджора Н.І., студент,

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

Впродовж останніх років в Україні значною популярністю користується екологічна чиста сировина. Щодня українці готові залишати тисячі гривень в мережі роздрібної торгівлі купуючи сировину з зеленою позначкою «ЕКО».

Екологічна чиста продукція є популярною через, те, що за словами виробників, не містить пестицидів, фосфатів та інших токсичних сполук.

Враховуючи тенденцію на екологічну чисту продукцію, є перспективним вводити в заклад ресторанного господарства (ЗРГ) додаткову послугу «from farm to table». Дана послуга передбачає вирощування власної сировини в ЗРГ за допомогою теплиць. Таким чином, гості закладу отримуватимуть екологічну чисту сировину цілий рік за помірну ціну.

ЗРГ можна проектувати одноповерховий з цокольним приміщенням по всьому периметру будівлі. В цокольному приміщенні передбачено вирощувати власну рослинну сировину. Саджанці рослин висаджують у спеціально підготовлений гранульований ґрунт та задають усі необхідні параметри для вирощуванні овочів та фруктів. Над контейнерами з рослинами встановлюють лампи, які будуть вмикатися на певний проміжок часу, за допомогою яких буде здійснюватися штучний фотосинтез.

В меню окремо позначені страви з закупівельної сировини та власно вирощеної сировини. Вся сировина, яка вирощена в закладі ресторанного господарства матиме відповідні сертифікати якості, оскільки під час вирощування рослинної сировини будуть дотримуватимуться всі вимоги, передбачені нормативною документацією.

На території закладу ресторанного господарства передбачено окреме розміщення демонстраційних теплиць, де гості матимуть можливість за додаткові кошти вирощувати власну сировину на орендованій для них ділянці. При споживанні страви, що виготовлена з сировини котра вирощена власноруч гостями, ціна її буде знижена на 70 відсотків.

Заклад забезпечений спеціальними працівниками, а саме садівниками-консультантами – це особи які зможуть не лише вирощувати сировину, а й надавати консультацію з приводу вирощування та доглядом за нею.

Висновок. Впровадження запропонованої послуги є перспективним, оскільки з кожним роком зростає кількість людей, що починають вживати продукцію з позначкою «ЕКО». Також в Україні поки недостатня кількість закладів ресторанного господарства з запропонованою послугою.

31. ВИКОРИСТАННЯ ПРЕБІОТИКА ЛАКТУЛОЗИ У ВИРОБНИЦТВІ МАРШМЕЛОУ

Мурзін А.В., к.т.н.,
Солтис І.О., магістрант,
Несен О.А., магістрант,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Цукристі кондитерські вироби, а саме піноподібної структури, користуються широким попитом серед населення, особливо серед дітей. Останнім часом у багатьох країнах світу приділяється все більша увага розробці та випуску кондитерських виробів спеціального призначення за рахунок використання фізіологічно функціональних сировинних інгредієнтів та цукрозаамінників нового покоління.

В Україні стрімко набувають популярності кондитерські вироби маршмелоу, тому доцільно розширити асортимент маршмелоу функціонального призначення для закладів ресторанного господарства.

Для надання виробам функціональних (оздоровчих) властивостей використовували дисахарид лактулозу, який признаний в світі найкращим пребіотиком. Ключовим моментом в характеристиці пребіотиків є їх селективна ферментація корисними для організму людини представниками кишкової мікрофлори, до яких в першу чергу відносяться біфідобактерії і лактобацили [1].

В організмі людини відсутній фермент здатний здійснювати гідроліз лактулози на моносахариди: галактозу і фруктозу. Внаслідок цього лактулоза транзитом проходить верхні відділи травного тракту та в незмінному вигляді досягає товстої кишки. Всього менше 2 % введеної дози може абсорбуватися в тонкому кишечнику в наслідок простої дифузії [2, 3].

Використана наступна сировина: цукор білий кристалічний, згідно з ДСТУ 4623:2006, патока крохмальна – згідно з ДСТУ 4498:2005, желатин Лисичанський марки К-13 – згідно з ГОСТ 11293-89, кислота лимонна харчова – згідно з ГОСТ 908-2006, лактулоза (Прелаксан). Використані такі методи досліджень: вміст сухих речовин визначали за допомогою рефрактометра (WZ-109A); структурно-механічні властивості досліджували за допомогою пенетрометра АП-4/2; дослідження по визначенню вмісту вільної та зв'язаної води проводили на дериватографі (Q-1500); вміст лактулози визначали методом високоефективної рідинної хроматографії.

Добова потреба лактулози, як пребіотика складає 10 г/добу. Для надання статусу функціональний харчовий продукт необхідно вводити лактулозу у кількості від 10 до 50 % від добової потреби. Дозування лактулози беремо 2 г на 100 г маршмелоу, що становить 20 % від добової потреби і забезпечує статус функціональний харчовий продукт.

Проведено дослідження з визначення можливості збереження лактулози у маршмелоу в процесі виробництва. Методом ВЕРХ встановлено, що втрати

лактозу при виробництві маршмелоу склали 1 %.

Представляло інтерес встановити вплив лактулози на форми зв'язку води в маршмелоу. Результати досліджень наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Кількість вільної і зв'язаної води з аналізу кривих $TG=f(t)$

Дослідні зразки маршмелоу	Загальна кількість видаленої води, %	Вільна вода від загальної кількості, %	Зв'язана вода від загальної кількості, %
На цукрі	20,0	44,0	56,0
На цукрі і лактулозі	20,0	50,5	49,5

Згідно з результатами обробки даних дериватограм вміст вільної води в зразках на цукрі з лактулозою на 8,5% більше, ніж в зразках на цукрі.

Збільшення кількості вільної води при використанні лактулози ми пояснюємо різною розчинністю лактулози і сахарози. Розчинність лактулози ($t=20\text{ }^{\circ}\text{C}$) дорівнює 75,2%, сахарози – 67,1%.

Висновок. Встановлено доцільність використання лактулози при виробництві піноподібних кондитерських виробів маршмелоу функціонального призначення.

Література

1. Modler H.W., McKellar R.C., Yagichi M. Bifidobacteria and bifidogenic factors - review. Can. Inst. Food Sci Technol J 1990; 23: 29-41.
2. Bezkorovainiy A., Miller-Catchpole R. Biochemistry and physiology of bifidobacteria. CRC Press, Boca Raton 1989; 226.
3. Clausen M.R., Mortensen P.B. Lactulose, disaccharides and colonic flora. Clinical consequences. Drugs 1997; 53: 930-42.

32. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ НА ОСНОВІ ГОРІХОВОГО БОРОШНА

Нєміріч О.В., к.т.н.,
Михайленко В.М., асист.,
Бережна Т.О., студент

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

Стан харчування населення є одним із найважливіших факторів, що визначає здоров'я і збереження генофонду нації. Рациональне харчування сприяє профілактиці захворювань, продовженню життя, створенню умов для підвищення здатності організму протидіяти несприятливому впливу навколишнього середовища.

Значного розвитку у харчовій промисловості набуває теорія адекватного харчування. Тому розробляють нові рецептури для створення продуктів харчування з оптимальним співвідношенням харчових речовин.

Для покращення даних рецептур замінюють сировину, яка вже давно використовується в приготуванні страв, на більш нову, цікаву, корисну для організму людини.

Найбільш популярною є сировина, котра не містить глютену, через зростання кількості населення, хворих на целіакію, або глютену ентеропаті.

Целіакія – це хронічне захворювання, яке характеризується пошкодженням слизової оболонки тонкого кишечника глютену – рослинним білком, який міститься в злакових.

Особи, що мають дану алергічну реакцію, необхідно дотримуватись безглютенової дієти. Оскільки при споживанні продуктів, що містять глютен, навіть у мінімальних кількостях, відбувається подразнення слизової оболонки кишечника. Саме тому, обрано за контроль Брауні «Шоколадне», здійснено взаємозаміну борошна пшеничного вищого сорту на аглутенову сирову.

Метод дослідження ґрунтується на створенні цифрового зображення скануванням зрізу досліджуваного виробу. Спосіб передбачає сканування зрізу м'якушки виробу на сканері з оптичним розширенням 300 dpi. Отримане зображення вводилося у спеціальну програму ImageJ.

В ході дослідження виробів для отримання значення пористості використано методи цифрового оброблення зображення, тому що, на відміну від метода Журавльова запропонований метод дає більш точні дані для виробів малого об'єму, тривалість отримання даних значно менша, результат дослідження, автоматично обраховується за допомогою комп'ютерної обробки. Результати значення пористості борошняних кондитерських виробів проілюстровано нижче (рис. 1-2).

Висновок. Використання горіхового борошна при виробництві брауні є повністю обґрунтованим за декількома факторами: заміна пшеничного борошна вищого сорту на англутенове дозволить розширити асортимент борошняних

кондитерських виробів та як видно з графічних даних досліджувальні зразки мають кращі показники пористості в порівнянні з контролем.

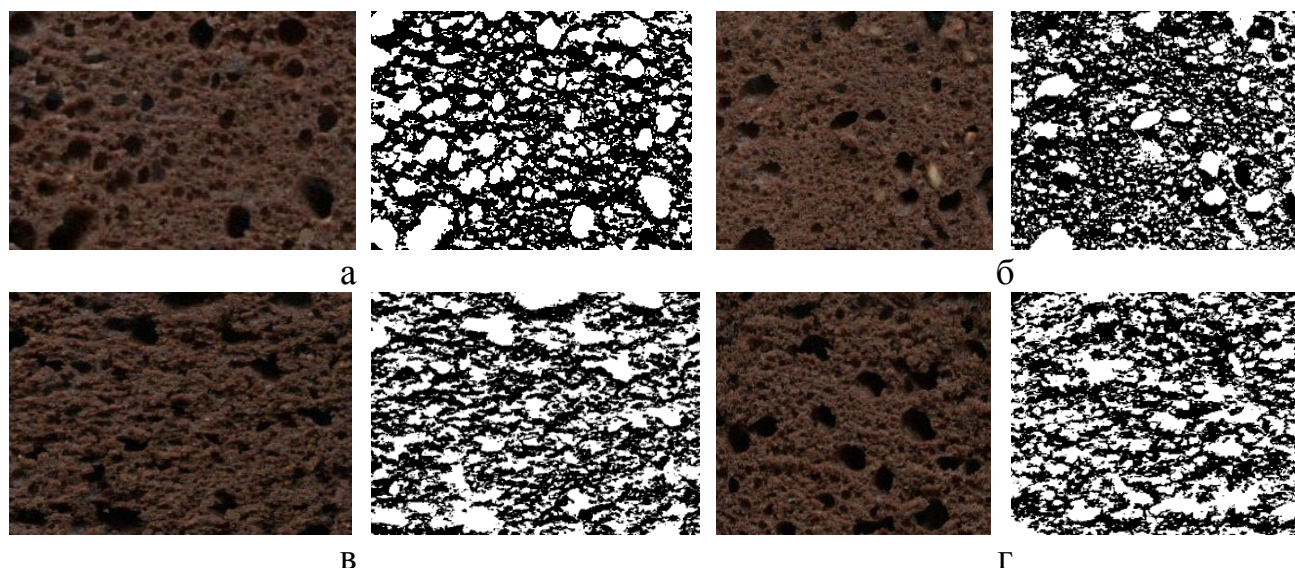


Рисунок 1 – Визначення пористості борошняних кондитерських виробів:
а – брауні з кедрового борошна; б – брауні з фундукового борошна; в – брауні з волоського борошна; г – брауні «Шоколадне»



Рисунок 2 – Показники пористості борошняних кондитерських виробів

Література

1. Грищенко А.М. Технологічні властивості безглютенових видів сировини / А. М. Грищенко, В. І. Дробот // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. – 2014. – Т. 1, Вип. № 46. – С. 162-166.
2. Дашинська О.А. Інноваційний спосіб визначення пористості житньо-пшеничного хліба / О. А. Никифорок, О. О. Петруша // Наукові здобутки молоді — вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті : матеріали 82 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 13–14 квітня 2016 р. – К.: НУХТ, 2016. – Ч. 1. – С. 71.

33. АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СОЄВОГО БІЛКУ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ СТРАВ З КИСЛОМОЛОЧНОГО СИРУ

Нєміріч О.В., к.т.н.,
Михайленко В.М., асист.,

Голік О.Д., студент
*Національного університету харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

На сьогодні, у зв'язку з розвитком нетрадиційної дієтології утворились різні напрямлення харчування. Одними з найпопулярніших видів харчування є вегетаріанство.

Вегетаріанці обґрунтовують свій вибір різними причинами: етичними, релігійними, екологічними, економічними, естетичними, а також наміром покращити стан здоров'я. Існує кілька видів вегетаріанства:

- лакто-вегетаріанці вживають молочні продукти;
- лакто-ово-вегетаріанці вживають яйця та молочні продукти;
- ово-вегетаріанці вживають яйця;
- вегани не вживають сировини тваринного походження [1].

Однією із найактуальніших проблем цієї верстви населення є дефіцит певних нутрієнтів: білку, відповідних ненасичених жирних кислот, вітаміну В₁₂ та заліза. Хоча заліза у продуктах рослинного походження кількісно може бути достатнім, але засвоюваність їх з рослинної їжі низька. Оскільки, залізо, що входить до складу рослинної їжі, має негемову форму, що в свою чергу, чутливе до інгібіторів та каталізаторів засвоєння заліза організмом.

До інгібіторів належать фітати, кальцій та поліфеноли, що міститься чайних, кавових та какао напоях.

В основу дослідження покладено опрацювання та узагальнення праць зарубіжних і вітчизняних учених у даному напрямі [2].

З метою досягнення збалансованості раціону лакто-ово-вегетеріанців вводять соєвий білок у страви. За даними Codex Alimentarius, середньодобова потреба у білках становить 75 г, з урахуванням калорійності раціону у 2500 кКал.

Саме тому, запропоновано додатково вносити соєвий білок, до страви з кисломолочного сиру «Запіканки з кисломолочного сиру». Рецептурний склад контролю та вдосконаленої рецептури представлено в таблицях 1-2.

Вдосконалена рецептура «Запіканки з кисломолочного сиру» наведена в таблиці 2.

Порівняльна характеристика харчової та енергетичної ціності страв наведено у таблиці 3.

Здійснено взаємозаміну курячого яйця та частину кисломолочного сиру на соєвий ізолят. За рахунок даної заміни сировини, покращився нутрієнтний склад страви.

Таблиця 1 – Запіканка з кисломолочного сиру

№	Назва сировини	Маса сировини, г		Відповідність сировини НД
		Брутто на 1 порцію, г	Нетто на 1 порцію, г	
1	Сир кисломолочний	70	68,70	ДСТУ 4554:2006
2	Яйця курячі	8	8	ДСТУ 5028:2008
3	Крупа манна	7	7	ДСТУ. 4524:2006
4	Цукор білий кристалічний	3	3	ДСТУ 4623-2006
5	Масло солодко-вершкове	1,6	1,6	ДСТУ 4399:2005
	Вихід	-	88	

Таблиця 2 – Запіканка «Ово»

№	Назва сировини	Маса сировини, г		Відповідність сировини НД
		Брутто на 1 порцію, г	Нетто на 1 порцію, г	
1.	Сир кисломолочний	64	61,40	ДСТУ 4554:2006
2.	Соевий білок	15	15	ДСТУ 5028:2008
3.	Манна крупа	7	7	ДСТУ. 4524:2006
4	Цукор білий кристалічний	3	3	ДСТУ 4623-2006
5	Масло солодко-вершкове	1,6	1,6	ДСТУ 4399:2005
	Вихід	-	88	

Таблиця 3 – Порівняльна характеристика харчової та енергетичної ціності страв

Найменування Речовин	Вміст компонентів в 100 г сировини	
	Запіканка з кисломолочного сиру	Запіканка «Ово»
Білки, г	13,66	26,41
Жири, г	9,04	9,085
Вуглеводи, г	9,92	10,07
Калорійність, ккал	181,33	236,95
В ₁ , (тіамін) мг	0,04	0,089
В ₂ , мг	0,25	0,281
С, мг	0,27	0,87

Висновок. Встановлено, що при додавання соєвого ізоляту у кількості 13,2% до зразка «Ово» зростає кількість білку, що в свою чергу позитивно сприяє на організм людини. Оскільки дане співвідношення забезпечує на 35.2% організм людини в білку з урахуванням калорійності раціону у 2500 кКал, тому є раціональним використанням даної рецептури для закладів ресторанного господарства.

Література

1. Вегетаріанство [Wikiwand] / Вегетаріанство. – 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wikiwand.com/uk/>
2. Українець А.І. Аюрведичні знання як унікальна цілісна система оздоровлення і лікування хвороб / А.І. Українець, Г.О. Сімахіна, Г.Є. Поліщук, Н.В. Науменко // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2016. – Т. 22, № 2. – С. 117-123.

34. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ НА ОСНОВІ ГОРІХОВОГО БОРОШНА

Нєміріч О.В., к.т.н.,

Михайленко В.М., асист.,

Петровський І.С., студент,

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

Нераціональне харчування провокує розвиток великої кількості неінфекційних захворювань. Найбільш поширені захворювання ХХІ сторіччя: цукровий діабет, ожиріння, глютеніна ентєропатія. Дані захворювання не є виліковними, єдиним способом профілактики недуг дотримання суворох дієт протягом усього життя.

Сама, тому Україні, та в інших країнах світу є актуальним вдосконалення технологій виробництва харчових продуктів спеціального призначення, спрямованих на профілактику та лікування аліментарно-залежних захворювань. До таких видів продуктів можна віднести передусім безглютеніні виробі, які призначені для людей, хворих на целіакію.

Враховуючи дані дослідження запропоновано використання при виготовленні борошняних кондитерських виробів борошно смаковця. Оскільки дана сировина не містить в своєму складі глютену та має кращі функціонально-технологічні властивості, що позитивно відіграє на формування тістової структури.

Дослідження проводили на кафедрі технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій, методом центрифугування. Матеріалом дослідження є борошно коренів смаковця та пшеничне вищого сорту.

Вході теоретичних досліджень передбачено взаємозаміна борошна пшеничного вищого сорту на смаковця (чуфи). Упровадження заміни глютенінової сировини на аглютенінову дозволить споживати виріб особам, що страждають на целіакію, у зв'язку з тим що білки борошна чуфи не містять глютену.

Дослідження функціональних властивостей білків борошна важливо для розробки рецептур, вибору технологічних режимів переробки.

До найбільш важливих функціональних властивостей відносять водоутримуючу, жирутримуючу, емульгуючу здатність. Дослідження технологічних властивостей – емульгуючої та жироз'вязувальної здатностей борошна чуфи – показало, що окрім позитивного фізіологічного впливу аглютенінового борошно забезпечить підвищену емульгуючу (ЕЗ) (стабільність емульсії), жирутримуюча (ЖУЗ), водоутримуюча здатності порівняно з контрольним зразком. Дані результати наведені графічно на рисунках 1-3.

Встановлено, що така заміна дає можливість отримати виріб високої якості та зниженої енергетичної цінності.

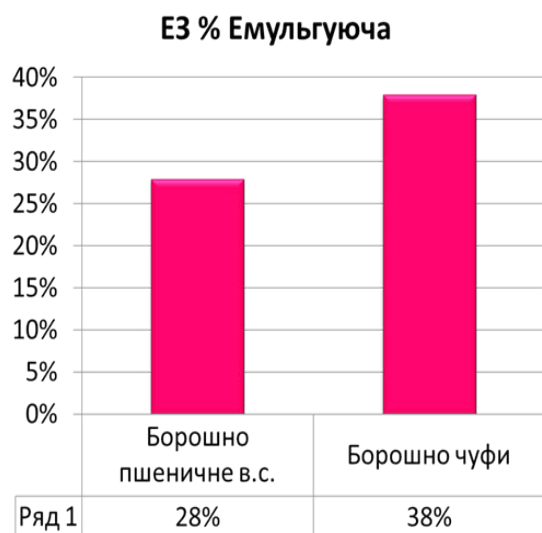


Рисунок 1 – Емульгуюча здатність

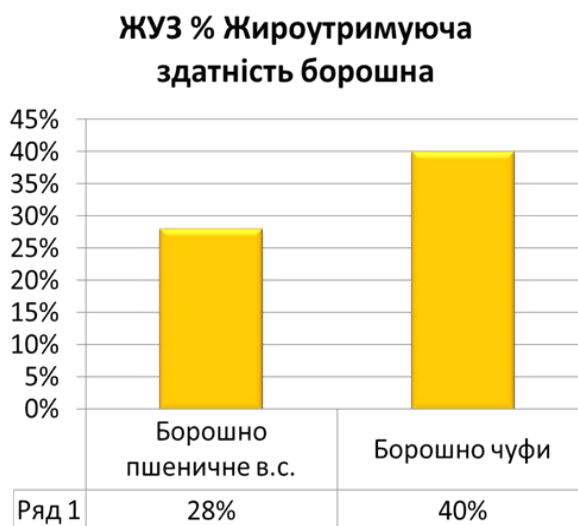


Рисунок 2 – Жирутримуюча здатність

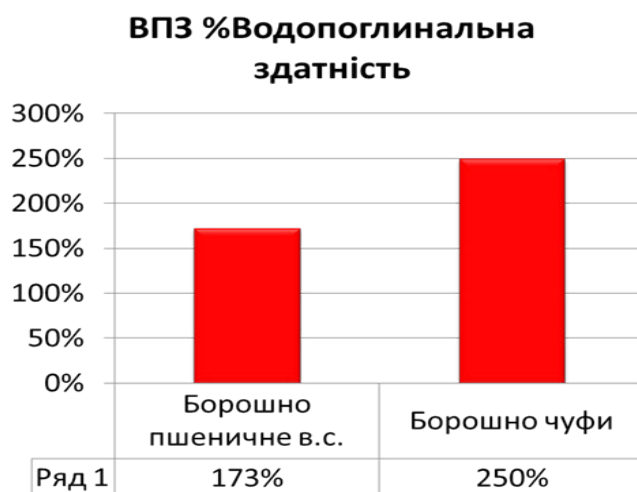


Рисунок 3 – Водопоглинальна здатність

Аналіз результатів визначення жирутримувальної здатності (рисунок 2) свідчить, що борошно коренів смаковця краще зв'яже олію, ніж пшеничне борошно. Жирутримувальна здатність характеризує здатність абсорбувати й утримувати жир. Молекула білка утримує жир на поверхні за допомогою гідрофобних зв'язків. Поведінка білків в емульсіях характеризує їх жироемульгуючу здатність.

Підвищення стійкості емульсій пояснюється тим, що відбувається зростання в'язкості дисперсійного середовища і формування сорбційного шару білка [1].

Висновок. Кращі функціонально-технологічні властивості свідчать про перспективність використання борошна смаковця в безглютеових борошняних кондитерських виробх спеціального призначення.

Література

1. Кравченко М.Ф. Дослідження технологічних властивостей фітопорошків / М.Ф. Кравченко, Н.Ю. Ярошенко // Наукові праці Національного університету харчових технологій. - 2016. - Т. 22, № 4. - С. 192-198.

35. ІНТЕРАКТИВНЕ КАФЕ З ІННОВАЦІЙНОЮ ТЕХНОЛОГІЄЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ

Нєміріч О.В., к.т.н.,
Михайленко В.М., асист.,

Брага Є.А., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Ресторанне господарство є однією із найбільш привабливих галузей вкладання коштів, оскільки, кошти, котрі вкладені в даний вид бізнесу повертаються в 6 разів швидше, а ніж кошти, що вкладені наприклад в магазин одягу. У той же час дана сфера господарської діяльності є найбільш ризиковою зі всіх видів бізнесу в Україні. У перший рік існування закриваються 70% закладів ресторанного господарства. Оскільки помилка, допущена лише в одному з багатьох ключових факторів успіху, може зумовити збитковість бізнесу в цілому.

Саме тому ресторанний бізнес є середовищем із високим ступенем ризиків та конкурентоспроможності [1].

Проаналізувавши праці зарубіжних вчених, можна стверджувати, що у країнах Західної Європи, США і Японії зафіксовано збільшення витрат гостей на проведення дозвілля саме в ресторанах. Оскільки, в провідних державах ресторанне господарство є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому ресторатори ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, пошук нових та утримання постійних гостей в їхніх закладах ресторанного господарства, пропонуючи різноманітні послуги та відкриваючи нові креативні заклади ресторанного господарства [2].

Проаналізувавши літературні джерела виявлено певні нестандартні заклади ресторанного господарства:

- ресторан «Redwoods Treehouse» Окленд, Нова Зеландія: заклад являє собою незвичайне еліпсоїдне приміщення, облаштоване навколо потужної багаторічної секвої на більш ніж 10-метровій висоті. В меню наведені страви різних країн світу, але до винної карти входять лише місцеві вина;
- ресторан «Fangweng Restaurant» Ічан, Китай: частина закладу розташована в печері, а деякі його майданчики зі столиками буквально нависають над скелястим виступом. Гостям подають страви переважно китайської і сичуаньської кухонь;
- ресторан «Grotta Palazzese» Поліньяно-а-Маре, Італія: в даному закладі гості мають можливість пообідати лише в теплу пору року, оскільки він приймає відвідувачів тільки в період з травня по жовтень. Такі обмеження викликані тим, що майданчик ресторану розташований у вапняковому гроті над морем. Одна з значних переваг закладу в тому, що обідаючи гості мають можливість спостерігати за хвилями Адріатики з 25-метрової висоти;
- ресторан «Treepod Dining» Острів Ко Куд, Таїланд Пообідати в еко-стилі

можна, приїхавши в райський куточок Таїланду - казковий острів Ко Куд. Столики незвичайного місцевого ресторану нагадують гнізда екзотичних птахів і піднімають своїх гостей прямо в густі крони дерев на висоту більше 5 метрів. Страви готують тільки з місцевих, виключно чистих продуктів з мінімальною тепловою та механічною обробкою [3].

Як видно зазначеного переліку закладів в світі, щороку відкриваються нові концептуальні та креативні заклади ресторанного господарства, для різних верств населення. Проте, в Україні в порівнянні з іншими державами достатньо низький відсоток даних закладів. Тому, є актуальним відкриття інтерактивного кафе з інноваційною технологією обслуговування гостей за допомогою американських гірок.

Згідно з запропонованою послугою, доцільно було б заклад спроектувати двоповерховий. На другому поверсі рекомендовано розмістити виробничу групу приміщень, а перший поверх облаштувати обідньою залом. Дане приміщення обладнане тунелями по типу «американських гірок», за допомогою котрих здійснюватиметься доставка замовлення до столика гостя. Столики передбачено облаштувати спеціальними планшетами та сканерами. За допомогою яких відбуватиметься процес обслуговування, саме тому потреба закладу в офіціантах відсутня.

Після того, як гість сформував своє замовлення та надіслав його на виробництво, кухарі готують, оформляють та розміщують замовлення у спеціальний контейнер, пломбують його зазначивши штрих код. Перед споживання страви гості зможуть просканувати даний код та отримати інформацію про страву та вхідні компоненти, а саме (виробник, країну виробника, алергени, що можливо містяться в даній сировині, хімічний склад, енергетичну, біологічну цінність та глікемічний індекс).

Кухарі надсилають дане замовлення до столика гостя, вводячи на моніторі номер столика.

Висновок. Перевагою ведення даної інновації в тому, що гості отримують достовірну інформацію, а замовлення буде здійснюватися оперативно та своєчасно. Дана інновація є актуальною, оскільки темп сучасної людини настільки швидкий, що немає часу на довге очікування замовлення, або проведення годин сидючи в закладі споживаючи вишукані страви. При веденні даної інновації значно скорочується час обслуговування та розрахунку.

Література

1. Молдавська Ю. В. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в країнах Європи / Ю.В. Молдавська // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності у країнах Європи» – 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - с.164-167;
2. Інноваци в ресторанном мире // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://reston.com.ua/topics/8>;
3. Tripmydream // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://tripmydream.ua/blog/podborki/10-luchshih-restoranol-mira-2016>

36. БЕЗПЕКА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ничипорчук А.О., студент,

Володченкова Н.В., к.т.н.,

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

За даними МОЗ України за останні півроку на гострі кишкові інфекції, куди входять харчові отруєння (не включаючи ботулізм та отруєння грибами) захворіли 47 256 людей. Випадки масових гострих кишкових інфекцій з початку року фіксувались 77 раз [1].

Для проведення дослідження використовувалися статистичні дані по стану харчових отруєнь у закладах ресторанного господарства. Аналіз проводився за допомогою методу системного аналізу причин і наслідків.

Право на охорону здоров'я визначено в статті 6 [2], згідно якої кожен громадянин України має право на охорону здоров'я, включаючи безпечне харчування та обслуговування.

Основними причинами виникнення отруєнь є недотримання необхідного рівня мікробіологічної чистоти продуктів, порушення температурного режиму зберігання, недотримання персоналом санітарно-гігієнічних норм та особистої гігієни.

Успішна профілактика харчових отруєнь можлива лише за умови ретельного вивчення їх виникнення.

За етіологічною структурою на першому місці – 37,8% – спалахи вірусної етіології (рота-, норовіруси); 20,2% спалахів викликані сальмонелами; 15,6% – вірусами гепатиту А; 22,2% – іншими бактеріальними збудниками та невстановленої етіології. Передача збудників інфекції найчастіше відбувалася контактно-побутовим шляхом (53,3% випадків), на другому місці – харчовий шлях (35,6%), та через забруднену питну воду.

До харчових захворювань належать захворювання людей, що виникають при споживанні продуктів харчування з наявністю в них небезпечних для людини мікроорганізмів або отруйних речовин.

Харчові отруєння мікробного походження підрозділяють на токсикоз (інтоксикації) і токсикоінфекції, а також змішаної етіології (причини); харчові отруєння немікробного походження - це отруєння, що викликаються отруйними рослинами і тканинами тварин, і отруєння, що викликаються продуктами з наявністю хімічних (неорганічних або органічних) сполук.

Для попередження харчового токсикозу у закладах повинно бути організоване систематичне обстеження всього персоналу, вживати заходи щодо попередження простудних захворювань серед персоналу.

Харчові отруєння стафілококовим ентеротоксином частіше відмічаються при споживанні продукції тих закладів, де порушують санітарні правила і правила особистої гігієни, погано обладнані санітарно-побутові приміщення, відсутня достатня механізація виробничих процесів [3].

Для профілактики харчових отруєнь необхідно також суворо дотримуватися встановлених режимів термічної обробки продуктів і зберігання готової продукції. Не можна допускати порушення термінів реалізації товару.

Отруєння людей токсином палички ботулізму виникає при споживанні консервів, ковбас, солоні і копченої риби. Токсин не викликає видимих ознак псування продуктів, накопичуючись у його глибоких частинах.

Профілактичні заходи для попередження ботулізму складаються з попередження забруднення сировини і готової продукції, запобігання розмноженню мікробів, знищення мікроорганізмів і руйнування їх токсинів у продуктах харчування.

В асортименті закладу ресторанного господарства повинні бути включені страви та кулінарні вироби, для приготування яких у даному закладі є відповідні умови, тобто відповідно до типу закладу (підприємства), його забезпеченістю відповідним набором виробничих приміщень, оснащенням холодильним та технологічним обладнанням. З метою недопущення групових спалахів гострих кишкових інфекцій та харчових отруєнь серед відвідувачів в асортименті закладу ресторанного господарства слід обмежити приготування небезпечних в епідемічному відношенні страв у теплий період року (протягом травня-вересня). Не допускати приготування небезпечних в епідемічному відношенні страв з яєць [4].

Висновок. У даній роботі було проаналізовано причини і наслідки харчових отруєнь у закладах ресторанного господарства. Визначено, що найчастіше причиною спалахів харчових отруєнь є віруси та бактерії, а передача збудників відбувається побутовим та харчовим шляхом. Визначено, що для попередження виникнення харчових отруєнь у закладах ресторанного господарства слід дотримуватися загальних гігієнічних вимог щодо поводження з харчовими продуктами.

Література

1. Офіційний сайт Міністерства охорони здоров'я України // – Режим доступу: <http://moz.gov.ua/article/health/chomu-vinikajut-masovi-harchovi-otruennja-i-jak-uniknuti-kishkovih-infekcij>
2. Закон України "Основи законодавства України про охорону здоров'я" // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>
3. ВГО "Асоціація з питань захисту прав споживачів" // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vgo-dovira.org/derzhprodspozhivsluzhba-u-i-pivrichchi-vzyala-uchast-u-rozsliduvanni-90-spalaxiv-gki-vnaslidok-yakix-postrazhdalo-ponad-tisyachu-osib.html>
4. ДБН В.2.2-25:2009 «Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства)»
5. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>

37. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ СИРНИКІВ З ВИКОРИСТАННЯМ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ

Оксенчук В., магістрант,

Зуйко В.І., к.т.н.,

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

Харчування є одним з найважливіших чинників, який формує здоров'я та імунітет людини, а також створює умови для адекватної її адаптації до навколишнього середовища [1]. Тому питання організації здорового харчування та розширення продукції функціонального призначення є доцільним та актуальним для забезпечення нормальної якості життя населення.

Для вирішення поставленого питання зазвичай удосконалюють технологію продуктів щоденного вжитку, або таких, які користуються попитом серед споживачів. На кафедрі технології ресторанної і аюрведичної продукції НУХТ запропоновано удосконалення традиційної технології сирників з повною заміною борошна пшеничного на борошно кіноа.

Кіноа або інкам – це зернова культура, однорічна рослина родини Амарантових, яка походить з Південної Америки і є однією з найдавніших злакових, відомих людству [2]. Калорійність борошна з цієї рослини у 3 рази менша за калорійність борошна за рахунок меншого вмісту крохмалю. У своєму складі кіноа також містить харчові волокна, фосфор, марганець та манган у суттєво більшій кількості ніж борошно пшеничне. Окрім цього борошно кіноа не містить глютен, що розширює контингент потенційних споживачів солодкої гарячої страви.

Також до складу сирників вносили харчові волокна картоплі, добавку, виготовлену з продуктів вторинної переробки картоплі компанією «Paselli FP», виробництва «Abeve Food» (Нідерланди). Внесення добавки дозволяє до якладу сирників дозволяє задовольнити потребу у харчових волокнах на 30% від добової потреби. Поєднання сиру кисломолочного, який є основним компонентом сирників, з борошном кіноа та харчовими волокнами картоплі дозволяє розробити продукт, який матиме меншу калорійність та суттєву вищу харчову цінність.

Висновок. У результаті вдосконалення технології сирників було отримано солодку гарячу страву, яка за органолептичними та фізико-хімічними показниками не поступається традиційним виробам та має вищу харчову цінність.

Література

1. Наумова, О.А. Особенности питания больных целиакией / О.А. Наумова // Сучасні медичні технології. – 2010. – № 2. – С. 124–127.
2. Нові підходи до створення функціональних хлібобулочних виробів для закладів ресторанного господарства / В.І. Зуйко, Дітріх І.В., Удворгелі Л.І., Кириченко Т.О.// Сборник научных трудов SWord. – Выпуск 50 – 2018. – С.32-38.

38. ВИКОРИСТАННЯ ХАРЧОВИХ ДОБАВОК У ТЕХНОЛОГІЇ КРЕМІВ НА ОСНОВІ ВЕРШКІВ 15% ЖИРНОСТІ

Омельченко С.Б., к.т.н.,

Горальчук А.Б., д.т.н.,

*Харківський державний університет харчування та торгівлі
(ХДУХТ), м. Харків*

Сучасні тенденції розширення асортименту кулінарної продукції з пінною та піноемульсійною структурою орієнтовані на вдосконалення вже існуючих і створення нових видів кремів, що реалізуються у підприємствах ресторанного господарства. Останнім часом на ринку харчових інгредієнтів з'явилася велика кількість харчових добавок, які мають ряд функціональних властивостей і дозволяють вирішити відразу кілька технологічних і економічних завдань. До числа таких комплексних харчових добавок відносяться і пасти для збивання. Вони являють собою спеціально підібрану композицію поверхнево-активних речовин, і можуть проявляти як ліпофільні, так і гідрофільні властивості. У технологічному відношенні дія пасти для збивання всебічна. Завдяки присутності у її складі емульгаторів, пасти для збивання прискорюють утворення емульсії, зменшуючи міжфазний натяг, забезпечують кращу дисперсію, допомагають досягти її більшої стабільності. Вони відповідають за консистенцію харчового продукту, його в'язкість і пластичність.

На сьогоднішній день зростаюча популярність солодких страв на основі вершкових кремів знайшла відображення в пропозиціях ресторанів, кафе, кафе-кондитерських і кав'ярнях. Така десертна продукція, як креми, муси, самбуки дуже популярна в наш час. У кожному другому закладі ресторанного господарства України, пропонують солодкі страви на основі вершкового крему в тому чи іншому вигляді. Відомо, що вершки виготовляють із різним рівнем жирності: 8%, 10%, 15%, 25%, 30%, 33% та ін. Для приготування солодких страв на основі вершкового крему використовують переважно тваринні вершки 30-33% жирності (за рахунок того, що вони легко збиваються в пишну масу) [1]. Основним недоліком таких кремів є те, що вироби на їх основі характеризуються високою калорійністю та вартістю, а також при тривалому збиванні вершків спостерігається їх розшарування, або перетворення в масло, вони нестійкі при зберіганні, швидко розпливаються, втрачають форму і скисають.

Вершки 10, 15, 25% жирності також широко використовують у складі різних страв, таких як соуси, і страви (супи), гарячі напої, низькокалорійні молочні продукти. У виробництві солодких кремоподібних страв їх не використовують, за рахунок того, що при збиванні не утворюється пишна, кремоподібна маса, якою характеризуються солодкі кремоподібні страви. Тому пропонується розробити креми на основі вершків 15% жирності, для солодких страв, з введенням пасти для збивання на етапі збивання вершків. Наукове обґрунтування і впровадження технології кремів на основі пасти для збивання дозволить розширити і урізноманітнити асортимент десертної продукції,

впровадити у виробництво нові технологічні принципи одержання конкурентоспроможної продукції з високими смаковими, функціонально-технологічними властивостями, органолептичними показниками та якістю.

З метою обґрунтування раціонального вмісту основних рецептурних компонентів вивчено піноутворюючу здатність (ПЗ) та стійкість пін (СП). Експериментально встановлено закономірності ПЗ і СП від концентрацій пасти для збивання. Піноутворюючу здатність та стійкість піни визначали за методом Лур'є [2]. Розрахунок проводили за формулами:

$$ПЗ = \frac{V_n}{V_p} \times 100$$

де ПЗ – піноутворююча здатність, %;

V_n – об'єм піни, m^3 ;

V_p – об'єм розчину до збивання, m^3 .

$$СП = \frac{Bn^{60}}{Bn} \times 100$$

де СП – стійкість піни, %;

Bn^{60} – висота піни після (60×60) с вистоювання, м;

Bn – висота піни на початку, м.

Результати та обговорення. Вибір харчової добавки (пасти для збивання) базувався на забезпеченні перебігу процесів, що дозволяють одержати стійкі у часі піноемульсійні системи. Завдяки присутності у її складі емульгаторів, паста для збивання прискорить утворення емульсії, зменшуючи міжфазний натяг, що забезпечить взаємний розподіл двох і більше фаз, що не змішуються. Для обґрунтування концентрації пасти для збивання визначено закономірності піноутворюючої здатності та стійкості пін піноподібних систем «вершки-паста для збивання». В ході експериментальних досліджень встановлено, що раціональний вміст пасти для збивання, який забезпечує піноутворюючу здатність $300 \pm 20\%$ становить $18,0 \dots 20,0\%$ за рН $6,8 \dots 7,0$. Експериментально визначено, що введення пасти для збивання забезпечує збільшення стійкості пін у $2 \dots 2,5$ рази.

Висновок. Обґрунтовано доцільність розробки технології кремів на основі вершків 15% жирності з використанням пасти для збивання. На основі результатів аналізу піноутворюючої здатності, стійкості піноемульсійних систем визначено, що раціональним є використання пасти для збивання, у кількості $18 \dots 20\%$.

Література

1. Галушко О. С. Тенденції розвитку ринку солодких страв та особливості трансформації у системі цінностей його учасників / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 15-21.

2. Кафка Б. В. Технологический контроль кондитерского производства / Б. В. Кафка, И. С. Лурье. – М. : Пищевая промышленность, 1967. – С. 207-208.

УДК 665.1.09

39. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ЖИРІВ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ ПРИДАТНОСТІ В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ

Очеретна А.В., аспірант,

Фролова Н.Е., д.т.н.,

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

В Україні останнім часом велика увага приділяється здоровому способу життя і правильному харчуванню. Приблизно третю частину від загального раціону людини складають жири, як основне джерело енергії. Окрім того вони відіграють важливу роль в формуванні смаку, запаху, структури і якості харчових продуктів, забезпечують відчуття ситості. Жири можуть входити до складу харчового продукту, або додаватися під час виробництва. Жирова продукція має обмежені терміни зберігання, не дотримання яких впливає не тільки на якість продукції, а й на безпечність харчування.

Предметом дослідження обрано харчові жири різного походження для яких характерним є протиріччя, пов'язане зі стійкістю у зберіганні та харчовою і біологічною цінністю.

Використано аналітичні та порівняльні методи обґрунтованого вибору джерел жирів з залученням вітчизняних та закордонних наукових публікацій.

Обґрунтованим вибором, за фізико-хімічними показниками, біологічною та харчовою цінністю обрано нерафінована високоолеїнова соняшникова олія, нерафінована ріпакова олія холодного віджиму, кунжутна олія рафінована та страусиний жир.

Вибір таких жирових продуктів обґрунтовано значною кількістю в їх складі поліненасичених жирних кислот ω -3 та ω -6, які є незамінними для людини. ПНЖК виконують в організмі ряд важливих фізіологічних функцій: забезпечують плинність біологічних мембран, впливають на їх проникність, рецепторні і міжклітинні взаємодії; беруть участь в обміні інших ліпідів, деяких вітамінів (тіаміну і піридоксину); модулюють функції імунної системи; незамінні ПНЖК необхідні для росту і правильного розвитку головного мозку, органів зору, статевих залоз, нирок, шкіри.

Окрім того, перевагою нерафінованої високоолеїнової соняшникової олії є високий вміст олеїнової кислоти (до 82%), яка бере участь в регуляції обміну холестерину, сприяє підвищенню в крові рівня ліпопротеїдів високої щільності, які транспортують холестерин з тканин в печінку для утилізації.

Ріпакова олія на відмінну від інших обраних олій має високий вміст вітамінів, особливо вітаміну Е та А, які є природними антиоксидантами, захищають клітини від ушкодження вільними радикалами. Дана олія сприятливо впливає на обмін речовин, прискорює процеси регенерації в клітинах, сприяє схудненню, так як знижує кількість шкідливого холестерину в крові, запобігає утворенню тромбів.

Кунжутна олію містить невелику кількість насичених жирних кислот (ЖК), високий вміст мононенасичених олеїнової та полі ненасиченої лінолевої. Вона містить фосфоліпіди - лецитин і холін, вітаміни Е, В1, В2, РР. Сезамін,

присутній у олії, є сильним антиоксидантом, який ефективно бореться з окисними процесами в організмі людини.

Кунжутна олія є багатим джерелом мінеральних речовин – кальцію, заліза, фосфору, калію, цинку, магнію, марганцю, кремнію і ін. Ця олія корисна при порушеннях ліпідного обміну, при гіпертонічній хворобі, при запальних і дегенеративних захворюваннях суглобів. В Аюрведі – стародавній східній науці про здоров'я, кунжутна олія використовується і зовнішньо, і внутрішньо.

Жир страуса характеризується значною користю для різних систем організму. Проявляє протизапальну та бактерицидну дію. Жир не містить фосфоліпідів та має унікальне співвідношення насичених і ненасичених кислот. До складу жиру входить (48...55)% олеїнової кислоти. Перевагою жиру страуса є те, що в ньому міститься набагато менше холестерину, ніж в інших продуктах тваринного походження.

За своєю структурою жир страуса схожий на м'яке вершкове масло. Має застосування в кулінарії. Приготовані з ним страви корисні і легко засвоюються організмом.

Висновок. Жирнокислотний склад всіх обгунтованих зразків олії та жиру засвідчив, що всі вони містять значну кількість лінолевої, ліноленової та олеїнової кислоти, що визначає їх високу біологічну цінність. Таким чином, є необхідність дослідження встановлення залежності між стабільністю у зберіганні олій та жиру із урахуванням їх жирно-кислотного складу, вмісту природних антиокислювачів, використаних способів очищення й умов рафінації.

Література

1. Burke, Chris. The Quality of Emu Fat/Oil or – Do You Know What You Have? WorldEmuConferenceProgramBook, 1996. P. 24-25.
2. Демидов І.М. Споживчі властивості харчових жирних продуктів: Навчальний посібник / І.М. Демидов, В.К. Тимченко – Харків: НТУ "ХПІ", 2004. – 195с.
3. Новые виды подсолнечного масла с измененным жирнокислотным составом / С. Г. Ефименко, С. К. Ефименко, С. Ф. Быкова, Е. К. Давиденко // Масложир. пром-сть. – 2012. – № 4. – С. 16-18.

40. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРЯНОЩІВ В ТЕХНОЛОГІЇ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКІЙ КУХНІ

Павлюченко О.С., к.т.н.,

Дух К.В., магістрант,

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

Українська кухня – це така ж культурна спадщина українського народу як мова, література чи мистецтво. Українська кухня складалася протягом багатьох століть і з давніх часів відрізнялася різноманітністю страв, високими смаковими і поживними якостями. Смакова різноманітність страв і кулінарних виробів української кухні досягається вдалим поєднанням теплової обробки, використанням різних жирів, місцевих прянощів, а нині й іноземного походження.

Пряними називають рослини, в частинах яких (у листі, коренях, плодах) містяться ароматичні або гостро-смакові речовини. З давніх-давен людина цінувала пахучі трави. Спочатку їх використовували в різних ритуалах, пізніше – для надання аромату і смаку стравам, а також для виготовлення ліків.

В якості прянощів у технології кулінарної продукції використовують корені (хрін), кореневища (аїр, імбир), цибулини (часник, цибуля), кору (кориця), квіткові пуп'янки (гвоздика, каперси), маточки і приймочки (шафран), всю зелену масу (кріп, естрагон), листя (лавр), плоди та їх частини (червоний перець), насіння (гірчиця, аніс, кмин).

Бодян (зірчастий аніс) – плоди вічнозеленого дерева ілліціум, батьківщиною якого є Південно-Східна Азія. Задерев'янілі плоди мають форму зірочки. Запахом бодян нагадує аніс, але запах бодяну набагато ароматніший, тонший і складніший. Цю пряність додають у солодкі страви і тісто, сливові, грушеві, абрикосові компоти, використовують для виготовлення настоек, лікерів тощо. Закладають бодян у страву за 5...10 хвилин до готовності в киплячу рідину, накривають покриттям і дають настоятися.

Ваніль – пряність, яка походить від орхідей. Квіти цього дерева запилюються виключно маленькими бджілками, які водяться тільки у Мексиці. Нині ваніль вирощують і в інших країнах, проводячи запилення штучно.

Пряність одержують з недозрілих плодів (стручків) дерева, піддаючи їх складній обробці. Примхливість культури ванілі та тривалість обробки призвели до того, що й досі ваніль залишається однією з найдорожчих прянощів на світовому ринку. Дорожнеча ванілі спонукала до штучного виробництва заміника її – ваніліну. Однак заміна ця далеко не повноцінна. Щоб не зіпсувати страву, ваніліну треба класти менше, ніж ванілі. ваніль використовують тільки в солодкі страви та тісто, а також для ароматизації шоколаду, алкогольних напоїв.

Гвоздика – висушені пуп'янки квітів високого дерева родини миртових. Батьківщина гвоздики – Молуккські острови. В кулінарії гвоздику використовують цілими пуп'янками та меленою. ароматизують нею солодкі

страви і тісто, додають до м'яса, рибних маринадів, напоїв. Слід пам'ятати, що для солодких страв краще використовувати голівки (щоб не було надмірної гіркоти), а для інших страв (м'ясних та маринадів) – черешки.

Лавр – символ слави і перемоги. Вічнозелене дерево – лавр благородний – росте в Середземномор'ї, де є реліктовою культурою, залишками флори третинного періоду. Як пряність використовується листя лавра – у свіжому або частіше висушеному вигляді, а також плоди (насіння) лавра.

Імбир – широко використовувалася у виробництві напоїв (збитень, мед, брага, квас) і борошняних кондитерських виробів (пряники, здоби). В Азії і на Сході діапазон застосування цієї пряності достатньо широкий (від варення, чаю до страв з м'яса, птиці). У Європі і США імбир додають у соуси, маринади, а також використовують у виробництві легкого імбирного пива.

Висновок. Отже, асортимент прянощів, представлений на вітчизняному ринку вражає значним різноманіттям. Всі вони відрізняються походженням, властивостями та призначенням, тому вдале їх поєднання, в тому числі і в технології кулінарної продукції української кухні дозволить розширити смакові властивості готової продукції, надавши їй пікантного смаку, аромату тощо.

41. ПЕРЕВАГИ БЕНКЕТІВ ГРУПИ ФУРШЕТ

Павлюченко О.С., к.т.н.,

Іскандарова І.Р., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг споживачам продукції та послуг ресторанного господарства. Нині організація бенкету-фуршету є актуальною, тому що проведення такого заходу є одним із раціональних способів відмітити ту чи іншу подію.

Проведено аналіз наукової літератури щодо особливостей підготовки та проведення бенкетів-фуршетів в закладів ресторанного господарства України.

Історія бенкету бере свій початок з первісного суспільства. Гастрономічний достаток завжди мав велике значення в оформленні соціального статусу. Вишукана ж кухня з'явилася в Європі набагато пізніше. Вперше, в Італії, розкішні бенкети аристократів продемонстрували суспільству мистецтво кулінарії.

Основним мотивом для проведення бенкету-фуршету, звичайно є офіційний заходи, ділові переговори, підписання різних угод. Але, виходячи з економічної ситуації в країні, все частіше бенкет-фуршет організують при проведенні різних ювілеїв, сімейних урочистих подій і інших святкових заходів.

Назва бенкет-фуршет походить від французького «а-ля фуршет», що означає «на виделку». Основним столовим прибором під час їжі є виделка закусочна.

Особливістю проведення бенкету-фуршету є те, що гості їдять і п'ють, стоячи у столів, до яких не ставлять стільці. На бенкеті-фуршеті, на тій же площі зали, можна обслуговувати в 4...5 раз більше гостей, ніж на бенкеті за столом. Бенкет-фуршет організують зазвичай у випадках, коли в порівняно обмежений час (1,0-1,5 год) необхідно прийняти велику кількість гостей. Їм надається вільний вибір місця в залі.

Основною вимогою до складання меню для такого бенкету служить те, що воно включає широкий асортимент холодних страв і закусок, гарячі закуски, десерт і гарячі напої. Іноді в меню включають другі страви невеликими порціями і дрібно нарізаними, щоб можна було користуватися тільки виделкою або спеціальною шпажкою.

Асортимент напоїв під час проведення бенкетів-фуршетів досить різноманітний: шампанське, різні вина, міцні напої, вермути, лимона, соки, також різноманітні коктейлі, морси, фреші, газовані напої, мінеральна вода.

Висновок. Бенкет-фуршет – це економічно вигідний і раціональний спосіб організації бенкету як для ресторатора, так і для замовника. Адже, дозволяє на невеликій площі обслуговувати більшу кількість гостей, передбачає вільний вибір учасниками бенкету місць у залі, запрошені гості можуть залишати бенкет в будь-який час, не чекаючи його закінчення, значно менші витрати на одного гостя, порівняно з бенкетом за столом (сидячи).

42. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Павлюченко О.С., к.т.н.,

Польовик В.В., асист.,

Бережна Т.О., студент,

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

Меню є візитною карткою будь-якого закладу ресторанного господарства незалежно від спеціалізації. В епоху активного розвитку інформаційних технологій для того, щоб здивувати відвідувачів і надати естетичного задоволення від перебування в будь-якому закладі ресторанного господарства звичайного паперового меню недостатньо. Нині зростає кількість закладів, які в своїй практиці використовують електронне меню (e-Menu).

Електронне меню – це інтерактивна система замовлень, що дозволяє відвідувачу, швидко, а головне доступно ознайомитись з переліком продукції та в будь-який час, не зважаючи на завантаженість закладу, зробити замовлення.

Споживач має змогу побачити фото замовленої ним продукції, в реальному часі спостерігати за процесом приготування саме його страви, ознайомитись з повним переліком інгредієнтів, хімічним складом та енергетичною цінністю як окремих компонентів так і готової продукції та за потреби, вказати власні побажання стосовно рецептурного складу.

Можливості даної системи дозволяють гостеві самотійно, без участі обслуговуючого персоналу зробити замовлення, користуватись додатковими послугами (анекдоти, відео, музика), завантажити рахунок або навіть викликати офіціанта за допомогою відповідної опції. Постійні споживачі, які авторизувались в системі, можуть приймати участь у різних програмах лояльності як закладу так і мережі до складу якої він входить.

Електронне меню дає ряд переваг і для рестораторів, зокрема:

- наявність яскравих фотографій кулінарної продукції, напоїв та можливість перегляду процесу їх приготування сприяють збільшенню їх продажів;
- зберегти лояльність постійних відвідувачів та привернути увагу нових потенційних споживачів;
- дозволяє покращити якість, точність та швидкість зроблених замовлень, до того ж зменшити штат та витрати на оплату додаткових працівників;
- закладу вдається значно зменшити кількість конфліктних ситуацій, які виникають між гостем та офіціантом під час приймання замовлення.
- прямий взаємозв'язок з відвідувачем, дає можливість ефективно доносити інформацію до гостя щодо нових пропозицій, можливих акцій, додаткових послуг тощо.

Висновок. Отже, використання електронного меню дозволить більш ефективно організувати роботу закладу, збільшити потоки відвідувачів та залишиться конкурентоспроможним в сучасних умовах ведення ресторанного бізнесу.

43. БАРИСТА – ФАХІВЕЦЬ З ПРИГОТУВАННЯ КАВИ ТА НАПОЇВ НА ЇЇ ОСНОВІ

Павлюченко О.С., к.т.н.,
Таранишина І.Л., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Бариста (італ.) – фахівець, професійним обов'язком якого є приготування різних видів кави та напоїв на його основі.

Приготування кави може здійснюватися декількома двома способами: повільним – за допомогою кавового фільтру, френч-пресу або перколятору та швидким – за допомогою каво-машини або еспreso-машини. З появою якої і пов'язують популярність професії бариста.

Бариста як майстер з приготування кави за допомогою каво-машини вперше став відомий в Італії, на батьківщині еспreso. Далі, в 80-х роках минулого століття, став відомим в США завдяки Говарду Шульцу, власникові компанії «Starbucks», який впровадив стиль роботи бариста у своїй мережі кав'ярень. Поступово інтерес до бариста став поширюватись по всьому світу. Нині все більшої популярності набувають світові чемпіонати серед бариста, в яких активно бере участь і Україна. В якій професія бариста набула популярності лише на початку ХХІ століття, завдяки стрімкому зростанню попиту українців на каву та напої на її основі.

Робоче місце бариста не потребує значних витрат. Воно складається з каво-машини і додаткового інвентарю, який можна умовно поділити на обов'язкове – темпер та пітчери різного об'єму та додаткове – динамометричний темпер, холдер з манометром, ваги для дозування кави у кавомолці.

Для того щоб виконувати свої обов'язки, бариста повинен знати: характеристику сировини, яка використовується для приготування кави та кавових напоїв, способи обсмажування кавових зерен, технологію приготування різних видів кави, посуд і способи подавання кави та мати значний досвід практичної роботи.

Не менш важливими для бариста є і особисті якості такі, як комунікабельність і терпіння. Адже фахівцеві з кави доводиться увесь час спілкуватися з людьми, індивідуально підходячи до потреб кожного гостя. Хороший бариста може з легкістю визначити смаки і вподобання своїх споживачів, адже за допомогою навідних питань може легко з'ясувати кавові вподобання будь-якої людини.

Висновок. Отже, сприятлива атмосфера у будь-якому закладі ресторанного господарства створюється доброзичливою посмішкою і відповідальністю його обслуговуючого персоналу, зокрема бариста. Адже дотримання професійної етики, незмінно висока якість напоїв, естетичні здібності, уміння витончено оформляти і подавати каву сприяє популяризації закладу, збільшенню кількості постійних споживачів та дозволяє витримати зростаючу конкуренцію серед закладів ресторанного господарства, які спеціалізуються на каві та напоях на її основі.

44. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НАСІННЯ КУНЖУТУ ДЛЯ ЗБАГАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Павлюченко О.С., к.т.н.,

Шиш Н.І., магістрант,

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

Одним з найбільш ефективних способів оптимізації харчування є включення до раціону сучасної людини продуктів оздоровчого призначення, які містять у своєму складі значну кількість білків, вітамінів, макро- та мікроелементів, харчових волокон тощо.

Це дозволяє зменшити дефіцит есенціальних речовин, спрямовано змінювати метаболізм, підсилювати і прискорювати виведення ксенобіотиків.

Перспективною сировиною для збагачення традиційних харчових продуктів є насіння гарбуза, льону та кунжуту, які мають унікальний хімічний склад та фармакологічні властивості, проте не досить часто використовується українськими виробниками харчових продуктів.

Кунжут культивується в світі, переважно в Азії та Африці, як джерело олії та білка, вміст яких в насінні сягає близько 55 і 20 %, відповідно.

У 100 грамах кунжутного насіння міститься: 49,67 г жирів, 23,45 г вуглеводів, 17,73 г білків та 573 калорій.

Білки насіння кунжуту характеризуються високою біологічною цінністю. Знежирене борошно кунжутного насіння містить до 50 % білка.

Збагачення кунжутним борошном рослинної їжі, підвищує біологічну цінність рослинних білків пшениці і бобових подібно додаванню молочних білків.

Кунжутне насіння є концентрованим джерелом поліненасичених жирних кислот: 60,1 мг омега-3 і 3,4 мг омега-6. Кунжутне насіння містить значну кількість вітамінів: В₁ – 2,684 мг, В₂ – 0,275 мг, Е – 11,2 мг, РР – 13,369 мг, мінеральні речовини: Са – 114 мг, Zn – 10,65 мг, Mg – 361 мг, Fe – 15,17 мг, Na – 437 мг, Mn – 1,8 мг, К – 423 мг, Р – 807 мг на 100 г насіння.

Насіння кунжуту володіє тонізуючою, загальнозміцнюючою, протизапальною, знеболюючою дією.

Кунжутна олія підвищує кількість тромбоцитів, прискорює процес згортання крові.

Кунжут популярний у вегетаріанській кухні країн Близького Сходу, Туреччини, Ізраїлю, де він використовується у вигляді масла або пасти з насіння.

Висновок. Отже, завдяки цінному хімічному складу насіння кунжуту та продукти його переробки є перспективною сировиною у виробництві харчових продуктів оздоровчого, функціонального призначення.

45. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПРОРОСТКІВ ЗЕРНА У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Пасічник Д., магістрант,
Фурманова Ю.П., к.т.н.,

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

Усе більшою популярністю серед населення нашої країни користується здоровий спосіб життя і здорове харчування, як його складова. Кожен вкладає своє розуміння у ці слова, але пріоритетним завданням науковців є підтверджувати модні теорії ґрунтовними науковими дослідженнями.

Часто відмовляючись від їжі тваринного походження, люди надають перевагу бобовим, оскільки останні містять значний вміст білків. Проте, слід пам'ятати про антипоживні речовини, які містяться в бобових і можуть зашкодити здоров'ю. Одним із методів зниження вмісту антипоживних речовин є пророщування насіння бобових культур.

Для досліджень використовували насіння бобових культур, пророщували їх та досліджували на вміст антипоживних речовин.

У насінні бобових присутні інгібітори протеаз. Вони перешкоджають перетравлюванню білка в організмі людини. Саме тому приготування бобових таке тривале в часі, а їжа на їх основі часто викликає метеоризм та здуття. Науковцями доведено, що підвищений рівень білка у насінні бобових свідчить і про високий вміст інгібіторів протеаз [1].

Існує ряд способів зниження антипоживних речовин і покращення поживної цінності бобових. Серед них замочування, пророщування, ферментація та тривала термічна обробка [2].

При тривалій термічній обробці втрачаються не лише інгібітори протеаз, але й корисні для організму речовини: вітаміни, ферменти. Замочування лише знижує вміст антипоживних речовин. Ферментація – досить тривалий і складний процес.

Висновок. Нами було використано пророщування, як спосіб підвищення поживної цінності бобових. У результаті проведених досліджень було розроблено рецептури борошняних виробів на основі пророщених бобів зі спеціями для закладів ресторанного господарства.

Література

1. Возиян, В.И. Питательная ценность сортов сои, гороха, фасоли и содержание в них антипитательных веществ / В.И. Возиян, М.Г.Таран, М.Д.Якобуца, Л.П.Авадэний // Научно-производственный журнал «Зернобобовые и крупяные культуры», №1 (5) – 2013 г.
2. Колесник Н.В. Как снизить содержание антинутриентов в пищевых продуктах. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://biohimik.net/kak-snizit-soderzhanie-antinutrientov-v-pishchevykh-produktakh>; 2013 р.

46. ВИКОРИСТАННЯ КОМБІНОВАНИХ ПЕКТИНІВ У ПРОДУКЦІЇ ОЗДОРОВЧОГО СПРЯМУВАННЯ

Пастух Г.С., к.т.н.,
Мартинюк А.С., к.т.н.,

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

Пектин – природний рослинний полісахарид, який поєднує в собі властивості структуроутворювача та біологічно активної речовини. Пектин у харчових продуктах виявляє здатність до формування міцних драглів, надає стійкості емульсіям, загущує харчові маси.

Комбіновані пектини – це пектини, що отримують шляхом гідролізу суміші різної вторинної сировини. У світовому виробництві комбінованого пектину використовують суміш цитрусових шкірок та яблучних вичавок. За драглеутворювальними властивостями вони займають проміжне положення між класичними яблучними та цитрусовими пектинами. В'язкі властивості яблучних пектинів доповнюються високою еластичністю пектинів цитрусових [1]. Досліджено також отримання комбінованих пектинів з цитрусових шкірок та суцвіття кошиків соняшника.

Пектини володіють унікальною комплексоутворювальною властивістю, що робить їх природними детоксикантами організму людини. Вони зв'язують важкі метали та радіонукліди не порушуючи бактеріологічний баланс. Для населення, яке проживає на забруднених територіях, а наша країна належить саме до таких країн (після аварії на ЧАЕС), доцільно вживати хлібобулочні, кондитерські вироби, молочні продукти, напої, консерви з біологічно активними добавками на пектиновій основі. Профілактична доза пектину для однієї людини становить 1...4 г на добу [1].

Промисловою сировиною пектину в світі є цитрусові шкірки, яблучні вичавки та буряковий жом. Для України перспективною сировиною для отримання пектину є наступна сировина: картопляна мезга – відхід виробництва крохмалю з картоплі, гарбузові вичавки – відхід сокового виробництва і буряковий жом – відхід цукрового виробництва.

Картопляна мезга як сировина для виробництва пектину є перспективною, проте, картопляний пектин має середній ступінь етерифікації 40...50 %, залежно від сорту картоплі, і слабку драглеутворювальну здатність. Для покращення структуроутворювальних властивостей було запропоновано отримувати пектин із комбінованої картопляно-гарбузової сировини.

У роботі використовували свіжу картопляну та гарбузову мезгу, попередньо промиті від крохмалю та розчинних баластних сполук, з вологістю не більше 70...72 %.

Отриманий сухий пектин досліджували такими методами: вміст баластних сполук – ваговим методом; аналітичні характеристики – вміст вільних і етерифікованих карбоксильних груп, уронідну складову визначали титриметричним методом [1].

Для отримання комбінованого пектину використовували картопляну мезгу та відхід сокового виробництва – гарбузовий жом. Такий вибір сировини обумовлений доступністю та високим вмістом пектинових речовин [6]. Для дослідів брали свіжу сировину у рівних співвідношеннях. Співвідношення сировини 50:50 (КМ:ГЖ) обумовлене тим, що саме така пропорція дозволяє отримати пектин з високими фізико-хімічними та структурно-механічними властивостями. При співвідношенні картопляна мезга: гарбузовий жом 60:40 відповідно, отриманий пектин не утворює драглі, а при співвідношенні 40:60, отриманий пектин не суттєво відрізняється від того, який отриманий при 50:50.

Як видно з рисунку 1, вихід спиртоосаджуваного пектину з суміші сировини, взятої у рівних пропорціях, вище ніж із кожної сировини окремо, а ступінь етерифікації та уронідна складова мають також значення ближчі до високоетерифікованого зразку із двох, взятих у суміші.



Рисунок 1 – Вихід пектину з гарбузової, картопляної мезги та їх суміші

Отриманий таким способом пектин має досить високі фізико-хімічні показники, а саме: вміст уронідної складової 74 %, ступінь етерифікації 80 %.

Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники картопляно-гарбузового пектину

Фізико-хімічні показники комбінованого пектину	
Вихід, %	12,50
Масова частка баластних сполук, %	8,80
Вміст вільних карбоксильних груп, %	3,60
Вміст етерифікованих карбоксильних груп, %	14,23
Загальний вміст карбоксильних груп, %	17,83
Вміст чистого пектину, %	74,00
Ступінь етерифікації, %	80,00

Висновок. Такий пектин відповідає не лише вимогам до пектину, що використовується у харчовій промисловості, але і високим вимогам фармацевтичної промисловості.

Література

1. Донченко Л.В. Фирсов Г.Г. Пектин: основные свойства, производство и применение – М.:ДеЛи принт. – 2007 – 276с.

47. ОДЕРЖАННЯ ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН ІЗ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ**Пастух Г.С.**, к.т.н.,**Мартинюк А.С.**, к.т.н.,*Національний університет харчових технологій**(НУХТ), м. Київ*

Харчування людини є одним із найважливіших чинників, які впливають на її здоров'я. Дефіцит харчових волокон призводить до порушення обміну речовин, накопичення токсичних елементів в організмі людини і виникнення ряду захворювань. Багатими на харчові волокна природними продуктами харчування є овочі та фрукти.

Харчові волокна, з одного боку, є фізіологічно функціональними інгредієнтами, які здатні надавати сприятливий фізіологічний вплив на окремі системи організму людини, а з іншого – вони мають технологічні властивості харчових добавок, які регулюють структуру та фізико-хімічні властивості харчових продуктів [1].

Для виробництва харчових волокон переважно використовують продукти переробки плодів та овочів. В Україні налічується велика кількість цукрових заводів, які в період виробництва цукру відчувають великі проблеми з утилізацією відпрацьованого жому.

Одним з найбільш перспективних і затребуваних напрямів використання бурякового жому є виробництво харчових волокон. Харчові волокна - це залишки рослинних клітин, які стійкі до гідролізу, що здійснюється травними ферментами людини. Встановлена фізіологічна добова потреба організму дорослої людини в харчових волокнах, яка складає від 25 до 38 г [2].

Жом – екстрагована стружка цукрових буряків, кормовий відхід цукробурякового виробництва. Свіжий жом містить 90-93% води; решта – суха речовина складається переважно з вуглеводів, добре перетравлюється.

На сьогодні відомо різні способи отримання харчових волокон з жому [3]. Найпоширеніший спосіб отримання харчових волокон з бурякового жому, передбачає змішування жому з водою, підкисленою сірчистою кислотою до рН 4,5-5,5 в співвідношенні 1: 1, подрібнення частинок до розміру 1-3 мм, двохчотирикратну екстракцію водою з додаванням сірчистого ангідриду до рН 4,5-5,0 при температурі 50-60°C з проміжним пресуванням і пробілюванням розчином пероксиду водню протягом 10-15 год. Після цього масу з перекисом водню сушать повітрям при температурі 130-150°C, попередньо змішавши в пропорції 1: 1 з готовими сухими волокнами. Потім її подрібнюють і розділяють на фракції просіюванням через сито з розміром осередків 0,5 мм.

Бурякові волокна з вологістю 10-12% подрібнюють до порошкоподібного стану і просіюють на ситі з розміром отворів 0,25 мм. Розділені на фракції харчові волокна є готовим продуктом у вигляді порошку кремового кольору без запаху і смаку. Волокна з розміром часток 0,25-0,5 мм можна використати в якості добавки в м'ясні продукти, а волокна з розміром часток 0,25 мм і менш рекомендується використати в хлібопекарській, кондитерській, молочній і

інших галузях харчової промисловості. Готовий продукт має наступний склад (таблиця 1).

Таблиця 1 – Склад харчових волокон жому

Речовина	Вміст, %
Клітковина	28
Целюлоза	26
Загальний вміст пектинових речовин у тому числі:	19-20
нерозчинний протопектин,	10-11
розчинний пектин	9-10
Лігнін	10
Вода	10-12

Харчові волокна характеризуються наступними функціональними властивостями: висока зв'язуюча й волого утримуюча здатність – 1:3-1:7, ефективний загусник, знижує міграцію вологи із начинки в продукт, добрий стабілізатор, надає сипкість сумішам, збагачує продукти баластними речовинами, знижує енергетичну цінність, можуть бути нерозчинні у воді й жирі, термостабільні, володіють адгезією, нейтральністю смаку й запаху.

Висновок. Поєднання харчових волокон, які мають стандартизовані технологічні характеристики, з іншими харчовими та функціональними інгредієнтами дозволить отримувати продукти з заданими органолептичними та фізико-хімічними властивостями.

Література

1. Касабова К.Р. Характеристика нових джерел харчових волокон для збагачення борошняних кондитерських виробів / К.Р. Касабова, О.В. Самохвалова, С.Г. Олійник // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2013. – № 6/11 (66) – С. 8-13.

2. O. Ioannidou, A. Zabaniotou // Renewable and Sustainable Energy Reviews. – 2007. – Vol. 11. – P. 1966-2005.

3. Федоренченко Л.О. Технологія природних харчових сорбентів : навч. посіб. / Л.О. Федоренченко, Г.О. Сімахіна. – К.: НУХТ, 2006. – 100 с.

48. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ПРЯНОГО СОУСУ НА ОСНОВІ ЦИТРУСОВИХ

Пахальчук О., магістрант,
Фурманова Ю.П., к.т.н.,

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

Сучасне суспільство висуває до харчування ряд вимог: воно має сприяти збереженню здоров'я, високоактивному способу життя людей різного віку, протистояти інфекціям, підвищувати стійкість до несприятливих умов навколишнього середовища. Пріоритетом у вирішенні проблеми забезпечення якісного харчування населення є збагачення раціону овочами, плодами, ягодами та продуктами їх переробки. Для закладів ресторанного господарства важливе місце посідають соуси, які набувають великого значення під час виготовлення багатьох страв. Дану роботу присвячено розробці технології виробництва пряного соусу з використанням цитрусових, чилі та насіння льону. Розроблений соус характеризується поліпшеними органолептичними показниками, що вкрай важливо для позитивного сприйняття споживачами нового продукту, а також високим вмістом вітамінів, БАР, флавоноїдів; рекомендований до впровадження у заклади ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє стверджувати, що питанням дослідження соусів та покращенням їх харчової цінності займалися такі вчені:

- Хомич Г.П. та Левченко Ю.В., розробили використання хеномелесу, як сировини з високими технологічними показниками, що є доцільною при виготовленні фруктового соусу, тому що високий вміст органічних кислот і пектинових речовин, які містить досліджувана сировина дозволяє отримати соус із стабільною структурою без додавання штучних структуроутворювачів та органічних кислот.

- Д'яконова А. К., Степанова В. С. виявили, що на сьогоднішній день у закладах ресторанного господарства (ЗРГ) використовують велику кількість різноманітних продуктів на емульсійній основі, серед яких особливе місце займає виробництво соусної продукції, яка не тільки поліпшує смак та аромат страв, але й підвищує біологічну цінність продуктів і сприяє їхньому кращому засвоєнню.

- Жукевич О., Рудавська Г. проаналізували стан виробництва та споживання соусів в Україні, основних українських товаровиробників.

- Дзюндзя О.В. навів дослідження з використання суміші порошків з хурми, банану і ананасу у виробництві фруктових соусів.

- Пастух О.В. розробив рецептуру фруктового соусу на основі екзотичних фруктів а саме: ківі, бананів та цитрусових.

Відновлений апельсиновий сік, свіжий стручковий червоний перець чилі, корінь імбиру, цукор та кориця. Загально відомі методики визначення фізико-

хімічних показників якості соусів.

Методика дослідження полягала в удосконаленні технології солодких пряних соусів на основі цитрусових плодів з використанням різних пряних спецій, надання їм високої якості, прийнятних органолептичних характеристик.

При складанні рецептури за основу було взято використання різних співвідношень компонентів для визначення найкращого. У результаті отримано зразки продукту з наступним рецептурним співвідношенням (таблиця 1).

Таблиця 1 – Рецептурне співвідношення компонентів при дослідженні процесу виробництва пряного соусу на основі цитрусових

Сировина і матеріали	Співвідношення у частинах
Апельсиновий сік	730
Перець чилі	25
Цукор	120
Кориця мелена	2
Крохмальний розчин (5-%)	106
Олія соняшникова	10
Корінь імбиру	5

Висновок. У результаті виконання наукової роботи запропонована технологія солодкого пряного соусу, на основі цитрусових, розроблено рецептуру та складено принципову схему виробництва соусу.

Проведені дослідження підтверджують цінність цитрусових у соусі як джерела вітаміну С.

Доведено актуальність виробництва фруктових соусів, до складу яких входить плодово-ягідна рослинна сировина з високими функціонально-технічними властивостями, а саме цитрусові. Для подальших досліджень обрано апельсини, оскільки вони відрізняються високим вмістом сухих речовин, аскорбінової кислоти, також містять калій, тіамін і фолієву кислоту. На основі експериментальних досліджень розроблено нову технологію солодкого пряного соусу на основі апельсину, чилі та насіння льону - «ЦитЧилі».

Література

1. Антоненко А. Наукове обґрунтування і розроблення фруктових систем як основи для солодких соусів [Електронний ресурс] / А. Антоненко, М. Кравченко // Товари і ринки. - 2011. - № 2. - С. 76-83. - Режим доступу :http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2011_2_12
2. Архіпов В.В., Іванникова Т. В., Архіпова А. В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані; Навчальний посібник. — К.: Фірма «ІЙКОС», Центр навчальної літератури, 2007. — 382 с.

49. ЩО ПОВИНЕН ЗНАТИ КОЖЕН ПРО ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ

Пешко Т., студент,

Романченко Н.М., к.т.н.,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Правильне харчування – запорука гарного самопочуття і прекрасної фігури. Якщо дотримуватися правил здорового харчування постійно, то це дозволить вам підтримувати оптимальну вагу, не вдаючись до жорстких дієт і виснажливих фізичних навантажень. Вже через пару тижнів ви відчуєте легкість і прилив енергії.

Рациональне харчування – це, перш за все, правильно організоване і своєчасне постачання організму добре приготовленою поживною і смачною їжею.

Від того як організоване наше харчування залежить багато чинників: зростання і колір волосся, сексуальна активність, але особливо наше здоров'я в цілому.

Його треба берегти змолоду, так що зав'язуємо з виснажливими дієтами, неконтрольованим споживанням їжі і переходимо до нового етапу нашого життя під прапором правильного харчування. Правильне харчування допомагає людині зберігати працездатність, уникати різних захворювань, підтримувати нормальну вагу, збільшити тривалість життя. На здорове харчування потрібно переходити поступово, щоб це не було стресом для організму. В будь-якому віці не пізно перейти на правильне здорове харчування.

Правильне харчування повинно бути не тільки помірним і регулярним, але і різноманітним, тобто охоплювати всі ті продукти рослинного і тваринного походження, які містять незамінні сполуки (ті, що не утворюються в тілі людини самостійно).

Калорійність раціону повинна бути прив'язана до енерговитрат, тобто покривати мінімум необхідного (основний обмін) та робочу надбавку (залежить від виду діяльності). З віком калорійність добового раціону повинна знижуватися в основному за рахунок тваринних жирів і вуглеводів (хліб, картопля, цукор). Кількість білків повинна залишатися незмінною.

Нерегулярний прийом їжі призводить до порушення травлення. Найбільш раціональним є 5-разове харчування, приблизно в один і той же час. Тоді людина не переїдає, а травна система працює в звичному для неї періодичному режимі.

Потрібно їсти більше овочів і фруктів. Вони містять необхідні організму вітаміни, мінеральні солі, органічні кислоти, клітковину та інші корисні речовини. При цьому покращується травлення, нормалізується обмін речовин.

За сніданком і обідом необхідно вживати білкову їжу: м'ясо, рибу, яйця, каші, овочі, сир.

Необхідно вживати нежирні кисломолочні продукти. Кефір містить тваринний білок, який не менш цінний ніж білки м'яса і риби та легкий в

засвоєнні.

Для правильного харчування потрібними є вітамінні комплекси, особливо взимку, ранньою весною та при хронічних захворюваннях травної системи, коли з їжі організм не отримує достатню кількість вітамінів і мікроелементів.

Прислухайтесь до свого організму і не їжте, якщо ви не голодні. Це важливе правило для підтримки нормальної ваги.

Висновок. Важливим є формування та виховання раціональних харчових звичок з раннього віку, щоб у зрілому віці проблем зі здоров'ям пов'язаних з харчуванням, у людини вже не виникало.

50. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ХАРЧОВИХ БАРВНИКІВ І ПІГМЕНТІВ

Роман Т.О., асист.,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Харчовий барвник – це харчова добавка, призначена для зміни, посилення або відновлення забарвлення харчових продуктів, розчиняється в фарбувальному середовищі. Пігменти – нерозчинні, знаходяться в продукті сполучними частками.

На сьогоднішній день в Україні дозволено застосування близько тридцяти харчових барвників, і кожен з них має свою специфіку використання.

Барвники – органічні речовини. Пігменти – дрібна дисперсія мінералів. Їх використання в залежності від напряму харчових виробництв.

Натуральні харчові барвники поділяються на такі основні групи: каротиноїди, антоціани, флавоноїди, хлорофіли. Каротиноїди забезпечують в природі забарвлення плодово-ягідної і овочевої сировини, з якої їх виділяють екстракцією, і можуть надавати харчовому продукту червоне, помаранчеве або жовте забарвлення. Найбільш часто використовують каротиноїди E160 і E161 (використовуються при виготовленні копченостей, кулінарних виробів, соусів, сирів та ін.).

Хлорофіли (E 140) – пігменти, що містяться в рослинах, плодах і овочах і надають їм зелене забарвлення (зелена цибуля, перець, кріп, бадилля моркви, кропива та ін.). до складу хлорофілу входять синьо-зелений хлорофіл а і жовто-зелений хлорофіл b, що знаходяться в співвідношенні 3:1.

Алканін (Алканет) - червоно-бордовий барвник (E103), який отримують із коренів рослини алканів, але він не дає достатньо стабільне забарвлення.

Куркумін - жовтий барвник (E100), нерозчинний у воді, тому використовується у вигляді спиртового розчину. Отримують його з рослин імбирних - куркуми. Допустима добова доза - 2,5 мг / кг маси тіла.

Антоціанові барвники (E163). Характерною особливістю природних антоціанів є зміна їх забарвлення в залежності від рН середовища, температури, впливу світла, власного будови, реакційної здатності та інших факторів.

Так, наприклад, при рН 1,5-2,0 (кисле середовище) вони забезпечують типову для них червоне забарвлення продукту, яка змінюється в червоно-пурпурову при рН 3,4-5,0. У лужному середовищі (рН 8,0) забарвлення стає синьою або синьо-зеленою, при рН 9,0 - зеленою, підвищення рН до 10 призводить до жовтої забарвленням.

Висновок. Інтерес до натуральних харчових барвників останнім часом значно зростає, оскільки в них містяться біологічно активні, смакові і ароматичні речовини, які надають готовим продуктам не тільки привабливий вигляд, але і природний аромат, смак і додаткову харчову цінність.

51. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИНТЕТИЧНИХ І МІНЕРАЛЬНИХ ХАРЧОВИХ БАРВНИКІВ

Роман Т.О., асист.,
Дейниченко Л.Г., к.т.н,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Синтетичними (штучними) – називаються харчові барвники, отримані методами хімічного синтезу, основною перевагою даних барвників є можливість отримання широкого спектру різних тонів і відтінків.

Синтетичні барвники володіють значними технологічними перевагами в порівнянні з більшістю натуральних барвників, вони дають яскраві, легко відтворювані кольори і менш чутливі до різних видів впливу, яким піддається матеріал в ході технологічного процесу.

Оскільки колір харчового продукту має для споживача величезне значення: це і показник свіжості, і якості продукту, і необхідна характеристика його впізнаваності, необхідно розуміння безпечного застосування синтетичних барвників в харчовій галузі.

Синтетичні харчові барвники представлені кількома класами органічних сполук: азотофарбники (тартразин) - E102, жовтий «сонячний захід» - E110, кармуазин - E122, яскраво-червоний 4R - E124, чорний блискучий PN - E151), триарилметанові барвники (синій патентований V - E131, синій блискучий FCF - E133, зелений S - E142), хіноліний (жовтий хіноліновий - E104), індигоїдні (індигокармін - E132).

Широке застосування синтетичних барвників, що з'явилися останнім часом завдяки досягненням хімії, пов'язане з їх високою стійкістю до змін рН середовища і дії кислот, стабільністю до нагрівання і світла, великий фарбувальний здатністю, легкістю дозування, стійкістю забарвлення при зберіганні продукту. У більшості випадків вони дешевше натуральних барвників.

- Мінеральні (неорганічні), отримані з мінеральної сировини природного або хімічного походження. Барвники стійкі до впливу температури, світла і до змін рН середовища.

Мінеральні (неорганічні) барвники - неорганічні сполуки, що зустрічаються в природі або отримані хімічними методами в промислових умовах.

Як барвники застосовують мінеральні пігменти і метали. Дозволено застосовувати 7 мінеральних барвників та пігментів, включаючи вугілля рослинний (E 153), срібло (E 174) ізолото (E175).

Висновок. Синтетичні харчові барвники, на відміну від натуральних, не володіють біологічною активністю і не містять смакових речовин. Інтенсивність забарвлення залежить від дозування розчину. Стабільність і інтенсивність забарвлення залежать також від жирності, вмісту спирту і редукуючих цукрів, мікробіологічних показників.

52. ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ СУШІННЯ ПЕЧЕРИЦЬ

Роман Т.О., асист.,

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

Стабільне постачання населенню високоякісних, біологічно повноцінних та екологічно безпечних продуктів харчування можна забезпечити, розвиваючи виробничий потенціал харчової промисловості. Культивовані гриби, особливо печериці, мають високу харчову цінність і користуються стійко високим попитом на ринку.

В останні роки вживання в їжу лісових грибів, внаслідок сильного забруднення навколишнього середовища, може виявитися смертельно небезпечним, а штучно вирощені гриби є екологічно чистим продуктом, що виключає можливість отруєння, а також протеїн культивованих грибів відіграє важливу роль в істотному збільшенні ресурсів білка в світі. А завдяки малому вмісту кількості цукрів шампіньйони можна вживати при цукровому діабеті та ожирінні. Крім цього, в них міститься багато незамінних амінокислот і протеїн, тому цей гриб надзвичайно корисний для спортсменів і вегетаріанців.

Визначення відмінностей зневоднення тканин гриба шампіньйон, шляхом експериментального визначення часу сушіння і прямого вимірювання витрати теплоти на випаровування вологи для отримання якісного грибного напівфабрикату. Для дослідження обрано штучно культивований гриб шампіньйон двоспоровий (*Agaricus bisporus*).

Калорійність 100 грам свіжих печериць невисока і коливається в межах 25-30 ккал. Суха речовина становить 10 %, а 90 % - вода. В середньому, біля 50 % сухої речовини становить протеїн, організмом здорової людини він засвоюється на 70-80 % [1]. Білки грибів містять 18 амінокислот, включаючи всі незамінні, які позитивно впливають на розумову активність, пам'ять, перешкоджають розвитку атеросклерозу. Біологічна цінність міцелію визначається індексом незамінних амінокислот і коливається в межах від 72,9-98,6 (згідно EAA index).

Найоптимальнішою є сушка грибної сировини, спрямована на створення напівфабрикату, з новими фізичними, ароматичними і смаковими властивостями. Після сушіння зменшується маса продукту, що дозволяє використовувати раціональну упаковку і спрощує зберігання і транспортування напівфабрикату, підвищується тривалість зберігання, утворюються нові фізичні, смакові та ароматичні властивості. За вмістом білка сушені гриби значно багатші за мариновані або солені. Так, в консервованих грибах вміст води становить приблизно 88 %, а білкових речовин – 5 %; в сушених відповідно 12 % і 23 %, а калорійність сушених грибів приблизно в 6 разів вище калорійності вихідної сировини.

Проведені експерименти по сушінню гриба печериці виявили, що ніжка сушиться приблизно в 1,5 рази довше (табл. 1), ніж шапинка, незважаючи на початкову середню вологість ніжки 88 %, а шапинки 92 %. Кінцева вологість всіх дослідних зразків складає 12 %.

Витрати теплоти на випаровування води з гриба в процесі конвективно – кондуктивного сушіння були визначені диференціальним мікрокалориметром випаровування ДМКВ-1, який було розроблено в Інституті технічної теплофізики НАН України [3] і який поєднує в собі можливості калориметрії і термогравиметрії.

Для експериментів використовували тонкі (товщиною ~ 1 мм) зрізи тканин окремо шапинки та ніжки плодового тіла гриба печериця. Сушіння зразків проводили при температурах 40 °С, 50 °С, 60 °С, 70 °С, 80 °С, та швидкості повітря 0,8 см/с. Реєстрація теплових потоків і зміни маси зразка в процесі сушіння здійснювалася безперервно. Сушку зразків закінчували при досягненні ними рівноважної вологості. Початкову вологість шапинки та ніжки визначали шляхом досушування зразків в калориметрі при температурі 105 °С до постійної маси.

Таблиця 1 – Тривалість процесу сушіння ніжки та шапинки печериці при різних температурах

Температура, °С	τ, с	
	Шапинка	Ніжка
40	15215	23735
50	7405	8405
60	4050	5870
70	2345	3265
80	1420	2360

Таким чином, необхідно розділити печерицю на дві частини та визначати теплоту випаровування води окремо з ніжки та окремо з шапинки гриба[2].

Висновок. Проведені експерименти підтвердили відмінності не тільки в структурі та хімічному складі, але і в теплоті випаровування води в шапинці та ніжці культивованого гриба шампіньйон. Ці відмінності впливають на час процесу сушіння, а саме, час сушіння ніжки в порівнянні з часом сушіння шапинки збільшується приблизно в 1,5 рази. Загальний приріст питомої теплоти випаровування води з тканин шампіньйона при різних температурах досягає 9 %, у порівнянні з табличним значенням для випаровування води з вільної поверхні.

Література

1. Сычов П.А., Ткаченко Н.П. Грибы и грибоводство / Донецьк-Москва: Сталкер, 2003. – 512 с.
2. Роман Т.О., Мазуренко О.Г., Дубівко А.С. Фізико-біохімічні зміни при старінні гриба шампіньйон // Журнал Харчова промисловість, 15, 2014, С. 52-56.І
3. Патент України № 84075 МПК G01N 25/26, G01N25/28. Калориметричний пристрій для визначення питомої теплоти випаровування води і органічних рідин з матеріалів / Снежкін Ю.Ф., Декуша Л.В., Дубовікова Н.С., Грищенко Т.Г., Воробйов Л.Й., Боряк Л.А. – Заявка № а200613266 від 15.12.2006.

53. АЮРВЕДА – НАУКА ЖИТТЯ І ДОВГОЛІТТЯ

Романченко Н.М., к.т.н.,

Мар'ян О.І., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Аюрведа – це древнє вчення, яке зародилося в ведичній культурі Індії близько п'яти тисяч років тому. У перекладі з санскритського Аюрведа означає «знання життя» («аюр» – «життя», «Веда» – «знання», «наука»). І, дійсно, вона є не просто наукою про здоров'я, а наукою про саме життя. Харчування – основний фактор, що впливає на людське тіло. Аюрведа наполегливо і цілком обґрунтовано говорить про те, що неправильне харчування є причиною багатьох захворювань людини, про те, то наше здоров'я залежить не від лікарів і ліків, а тільки від нас самих, адже протягом усього життя людина три рази в день приймаємо їжу, яка може бути як корисною, так і шкідливою для нашого організму.

Аюрведа затверджує, що переважна більшість проблем з здоров'ям людини викликано харчовими відходами – отрутами, токсинами і шлаками, які накопичуються в організмі через неправильне харчування. Дієта, так само як і режим дня, є вирішальними факторами для підтримки здоров'я. Але, варто зазначити, що не існує універсального способу харчування для всіх людей. Згідно вчення, кожна страва складається з дош і п'яти першоелементів в різних пропорціях: землі, вогню, повітря, води і ефіру. Доши – особливі характеристики, які підтримують баланс, - повинні знаходитися в організмі в певних пропорціях. Вони присутні всюди і пов'язані з природними стихіями. Тип харчування безпосередньо залежить від типу людської конституції. У різних дошах різні типи продуктів заохочуються і уникають. Коли доши збалансовані, тобто знаходяться в стані рівноваги, тоді з нашим здоров'ям все в порядку. Великий аюрведичний мудрець Чарака сказав: «Вата, питта і капха підтримують цілісність живого людського організму в його нормальному стані і поєднуються один з одним таким чином, щоб робити людину цільним істотою з його органами почуттів, що володіють силою, гарним коліром обличчя і безсумнівним довголіттям».

Дієта має кілька плюсів і мінусів, загалом, кожному своє. По-перше, Вам потрібно досягти рівноваги в собі. Не потрібно вживати гостру їжу і міцний алкоголь, якщо ви енергійні самі по собі. По-друге, на думку аюрведи корисна їжа та, яка не піддавалася термічним обробкам, навіть звичайний суп вважається шкідливим. Найкращий варіант це овочі та фрукти, що містять необхідну клітковину.

Намагайтеся стежити за вмістом вітамінів у Вашому організмі. Віддавайте більше позитивної енергії, коли готуєте. Адже вважається, що їжа, приготовлена в мікрохвильовій печі втрачає свої оздоровчі духовні засоби. М'ясо, консерви, цибуля і часник, продукти глибокої заморозки, гриби, яйця – всі ці продукти відносяться до важких. За аюрведичним світоглядом часник є

ліками. Важку їжу, яка важко перетравлюється, можуть дозволити собі люди, які віддають багато енергії при фізичній роботі. В інших випадках поглинання такої їжі призведе до депресії.

Висновок. Пам'ятаймо, що ми всі є не тільки те, що ми їмо, але і те, що ми відчуваємо і думаємо. Кожен з нас є маленькою частиною природи і всього Всесвіту, намагаймося залишатися в злагоді та мирі з собою і з оточуючими.

54. ОСОБЛИВОСТІ ІНДІЙСЬКОЇ КУХНІ

Романченко Н.М., к.т.н.,

Пешко Т.І., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Індійська кухня – одна з найстаріших, найбагатших і найрізноманітніших у світі. Хоча найбільше вона славиться своїми вегетаріанськими стравами. Індійська кулінарна традиція – одна з найстаріших і найпопулярніших у світі. Кількість оригінальних страв індійської національної кухні просто не піддається перерахунку.

Протягом століть численні поселенці вносили свій внесок у місцеві кулінарні традиції. Португальці, свого часу, завезли перець, який відразу прижився на території всієї Індії, французи зробили традиційними рецепти приготування суфле і багету.

Індійська кухня стала дуже популярною у всьому світі завдяки своїм різноманітним смакам, а також завдяки використанню різних спецій. Спеції додаються до страв не тільки для доповнення їх смаку, але і тому, що несуть багато користі для здоров'я. Оскільки індійська кухня використовує багато масла і чилі, це може негативно відбиватися на травленні, а завдяки спеціям цей процес значно полегшується. Однак, це не єдина їх перевага.

Індія – батьківщина не тільки вегетаріанської кухні, а й науки про здоровий спосіб життя, описаному в аюрведах – найдавнішому трактаті з біології, гігієни, медицині та харчуванні. І дійсно, більшість приписів аюрведи засновані на здоровому глузді.

На сьогодні основу кухні складають різноманітні овочі, риба, рис, борошняні вироби і коржики «пури», а також різні молочні продукти.

Індійська кухня не мислиться без різноманітних спецій, які допомагають виявляти приховані смакові відтінки самих звичайних продуктів і додаються практично в будь-яку страву, навіть десерти. Адже згідно аюрведи, щоб бути гармонійною, страва повинна містити в собі всі три смаки: солодкий, кислий і гіркий.

Їжа приправлена навіть десятком спецій, не повинна бути дуже гострою і мати неприродний аромат. Найпоширеніші прянощі: кмін, коріандр, насіння гірчиці, чорний перець, кардамон, мелена куркума, кориця і гвоздика, мускатний горіх і мак.

Тільки індійській кулінарній школі властивий прийом обсмажування спецій, який дозволяє багаторазово посилити їх аромат. Суміш підсмажених спецій називається «масала». Треба сказати, що традиційно перець, та інші гострі приправи використовувалися з давніх часів в Індії не тільки для смакового ефекту, але і як хороший і доступний антисептик. До кожної страви прийнято подавати тарілку з анісовим листям, які допомагають компенсувати зайву гостроту їжі.

Національна кухня Індії дуже різноманітна і в кожному регіоні є свої

особливості. На півночі Індії багато страв середньоазіатського походження, поширені страви з баранини, а вживання в їжу м'яса корови, як і взагалі великої рогатої худоби, суворо заборонено релігійними законами і стародавніми звичаями, яких дотримуються навіть мусульмани. Особливістю північної кухні є неодмінне використання пшениці і топленого масла. Смак муглайських страв насичений і багатий, вони щедро приправлені спеціями і посипані горіхом і шафраном. Саме з північних районів походять знамениті «тандури» (курка, м'ясо чи риба, мариновані з травами і запечені в глиняній печі-тандур) і кебаб. Так само популярно таку страву як «гуштаба» (гострі тефтелі в йогурті), «бирияни» (курка з рисом в апельсиновому соусі). Ближче до півдня Індії меню стає різноманітніше – тут їдять м'ясо кіз і курей, приготоване в основному на рослинній олії.

Висновок. Вченими досліджувалися властивості спецій та їх цілющі якості були підтверджені.

Перш за все:

- антибактеріальну дію (куркума, кумін, чорний перець, імбир, гвоздика);
- загоює (шафран, коріандр, фенхель);
- лікування шлунково-кишкового тракту (куркума, кардамон, гвоздика);
- зниження ризику захворювання хворобою Альцгеймера;
- зниження ризику ракових захворювань;
- стабілізація стану судин і потенція (гвоздика).

Всі ці знання викладені в Аюрведі, і проросли з неї розуміння правильного прийняття їжі як частини філософії. Це не тільки корисно, а й дуже ароматно і смачно. Ми не вирости на традиціях і філософії Індії та її кухні і якщо не хочемо нашкодити собі – повинні просто прислухатися до себе і свого організму незважаючи ні на які запевнення.

Література

1. Архіпкіна Г.Д., Коляда Н.А. Країнознавство. Індія: звичаї, традиції, свята, етикет. – М.: Фенікс, 2004.
2. Svoimirukami.com.ua © 2016-2017| Своїми руками – це так просто!
3. Raj Indian Food © 2018.

55. АНАЛІЗ РЕЦЕПТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ ФРУКТОВИХ НАЧИНОК ДЛЯ ПИРОГІВ

Саламаха О.А., магістрант,

Корецька І.Л., к.т.н.,

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

Харчова промисловості пропонує споживачам різні варіації начинок для випуску кулінарної продукції: гелеподібні, пастоподібні, солоні, солодкі, фруктові, тощо.

Залежно від функціонально-технологічних властивостей начинок їх розділяють на три основні види:

- нетермостабільні, якими наповнюють виріб після випікання;
- термостабільні, вводять у виріб до випікання, можуть витримувати температурний вплив у діапазоні температур $200 \leq t \leq 300^{\circ}\text{C}$;
- обмежено термостабільні, до них ставлять ті ж вимоги, що і до термостабільних начинок, за винятком того, що їм не треба зберігати форму начинки.

Пектин – натуральна желуюча і структуроутворююча речовина, що міститься в клітинних стінках і міжклітинному просторі всіх рослин. У рослинних тканинах він виконує різні фізіологічні функції структурних і зв'язуючих компонентів, а також регулює водний обмін рослин. Значний вміст пектину в яблуках, айві, вишнях, сливах, грушах, перці, гарбузах, моркві, цитрусових та інших плодах і овочах. Незважаючи на різні способи отримання пектину, основною сировиною для виробництва його отримання є цедра цитрусових або яблука.

Важливою умовою, що визначає властивості пектину, а також вимоги до використання є його розчинність, властивості структуроутворення і ступінь етерифікації. Пектини залежно від ступеня етерифікації поділяються на високоетерифіковані та низькоетерифіковані.

Висновок. Механізми утворення гелю в цих групах пектину принципово відрізняються один від одного. Високоетерифіковані пектини утворюють гель за умов високого вмісту сухих речовин у середовищі, 65...70% цукру (сахарози або гексози), високої кислотності рН 3,1...3,5 та кількості пектину від 0,2...1,5%, а низькоетерифіковані пектини здатні утворювати гелі в разі наявності іонів Ca_2^{+} та низького вмісту сухих речовин [2]. Гель у пектинах утворюється за рахунок наявності іонів Ca_2^{+} , за допомогою яких відбувається утворення кальцієвих містків, а також водневих зв'язків і гідрофобних взаємодій, що пов'язують окремі ланцюги разом [1].

Література

1. Фізичні показники якості пектину – важлива складова термостабільної начинки / Д.О. Бондаренко, О.М. Люлька, І.Л. Корецька // Сучасні економічні системи : стан та перспективи розвитку : тези доповідей VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 16-17 травня 2016 р. – Хмельницький : ХКТЕІ, 2016. - С. 406-408.

56. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАПІВФАБРИКАТІВ, ЩО МІСТЯТЬ КАРОТИН ТА ЙОД

Сирда О.Є., к.т.н.,

*Харківський державний університет харчування та торгівлі
(ХДУХТ), м. Харків*

Гавриш А.В., к.т.н.,

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

В Україні та багатьох розвинених країнах світу гармонізація дисбалансу раціонів харчування є одним із пріоритетних завдань наукової спільноти фізіологів, медиків, товаровзнавців та технологів харчової індустрії.

Сучасні умови буденності викликають надзвичайно актуальну потребу коригування структури харчування на макро- та мікрорівнях.

Збалансований раціон харчування є одним із головних факторів, що визначає стан здоров'я людини та упереджує розвиток ряду аліментарних захворювань.

Для фізіологічної адекватності потребам організму людини розробляються, удосконалюються та впроваджуються технологічні розробки за рахунок використання нових видів сировини, спеціальних прийомів та способів обробки на всіх етапах виробничого процесу, конструювання рецептур страв і кулінарних виробів та інших заходів.

Однією із пріоритетних задач виступає коригування харчових раціонів, введенням (збагаченням) каротиноїдами та йодом, фізіологічне значення яких не потребує особливого доведення.

За останніми дослідженнями науковців вітчизняної та закордонної спільноти показані дані щодо аналізу хімічного складу, різних товарних форм, товаровзнавчих груп, сортів і видів гарбузу, моркви, хурми, абрикосів, ламінарії, фукусу, зостери, цистозіри тощо, розроблені технологічні прийоми використання даної сировини в кулінарній продукції.

Проте комплексне використання сировини, що містить каротин та йод представлено одиничними розробками, та, відповідно є перспективним завданням сьогодення.

Спільними дослідженнями науковців кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій та кафедри товаровзнавства та експертизи товарів Харківського університету харчування та торгівлі науково обґрунтовані та експериментально удосконалені технології напівфабрикатів, що містять каротин та йод.

Висновок. Розроблені асортиментні позиції напівфабрикатів в таких товарних формах, як порошок, паста, пюре, сироп дозволять створити розгалужені напрями використання у солодких стравах, напоях, оздоблювальних напівфабрикатах, кондитерських виробах, соусах, фаршах та начинках і інших групах продукції ресторанного господарства.

57. РОЗРОБКА ПРЯНИХ ОЛІЙНИХ СУМІШЕЙ ЗА ПОЛОЖЕННЯМИ АЮРВЕДИ

Слюсаренко В.В., магістр,

Фролова Н.Е., д.т.н.,

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

Актуальність дослідження полягає у важливості розширення асортименту продукції для Вата-Доша яка є рушійною силою для решти дош, а також найлегше піддається дисбалансу з утворенням вогнищ захворювань в різних органах та системах організму.

Основним проявом переважання Вати-Доші в людині є сухість. Це суха шкіра, волосся, сухість (черствість) характеру. Сухі субстанції абсорбують вологу, отже, люди Вати потребують в своєму харчуванні рідин, олій, жирів.

За правилами аюрведичного харчування для людей Вата-типу перевагу слід надавати гарячій, соковитій, маслянистій їжі, обмежити споживання холодної, сухої і грубої їжі. Слід віддавати перевагу солодким, кислим і солоним смакам з додаванням комбінації прянощів.

Жирні олії рослин є концентрований енергетичний і будівельний резерв, зосереджений в насінні та інших органах. За положеннями Аюрведи олії допомагають зміцнити сили слабких і хворих людей, необхідні організму, щоб змащувати сполучні тканини і підтримувати потрібний півень жирових тканин.

Досліджувалися три рослинні олії – кунжутна, конопляна, соєва. Користь олії з насіння кунжуту підтверджена тисячолітнім досвідом використання. Ще Авіценна у своїх трактатах, які історики відносять до самого початку другого тисячоліття, описує корисні властивості і цілющу силу кунжуту. Соєву олію вважають чемпіоном серед олій завдяки її хімічному складу: унікальне поєднання корисних і незамінних для організму жирних кислот. Задля повноцінності хімічного складу до олійної суміші додано олію конопляну, яка притаманна суто українській кухні й тисячоліттями використовувалась як основний продукт харчування.

Створення суміші рослинних олій для збалансування Вата-Доші проводили за сенсорним аналізом та за співвідношенням ПНЖК та МНЖК. Обрано співвідношенням олій: 50 % соєвої олії, 20 % кунжутної олії та 30 % конопляної олії. в обраному співвідношенні всі олії гармонійно поєднані та не перебивають один одного, що дає можливість досягти максимально бажаного результату за смаковими показниками.

Для збагачення олійної суміші комплексом ліпофільними БАР нами аргументовано обрано спеція – трава нагідок. В ній міститься велика кількість каротиноїдів, органічних кислот, та вітамінів, кора дубу містить таніни та дубильні речовини, пряність кріп пахучий має велику кількість ефірних олій, тому може бути використаний як природне джерело пряного, смачного аромату.

Запропонована така рецептура пряної суміші – укропу – одна частина,

нагідок три частини, кори дубу дві частини, за таких умов укроп не буде перебивати ароматичну композицію.

Дослідивши сучасні методи екстракції нами запропоновано використання вакуумного апарату, який дозволяє провести ефективну екстракцію не підігрівуючи олійну суміш і не витрачаючи велику кількість часу на це. Нами використано вакууматор Henkelman Boxer 42.

Розроблена олійна суміш з композицією прянощів піддавались вакуумній екстракції від 2 до 4 разів за умов тиску в 2 бар на протязі 30 секунд. В суміші визначались, смак, запах, забарвленість та консистенція.

Розроблені олійні суміші корисні для сухої та вітряної Вата-Доші, змащують шлунок, а насіння укропу та нагідки з вітрогінним ефектом зменшуватимуть кількість вати в організмі.

Висновок. Підібрана суміш олій, зокрема конопляна, соєва та кунжутна. Такий склад олій є збалансованим для Вата-доші, адже ці олії мають вітрогінні властивості та відносяться до категорії продуктів які рекомендуються для Вати. Також обґрунтовано використано комбінацію прянощів, зокрема – нагідки, кріп і кора дубу. Для отримання олійної суміші використовується метод вакуумної екстракції при 2 бар на протязі 30 секунд.

Література

1. У. Лад. /Аюрведична кулінарія/ Уша Лад /Н. Тандон// М.:Саттва, 2011.320 с.
2. Йога Спецій: / Козловский Анатолий. - Н. Новгород: А. Г. Москвичев,2015. - 424 с.
3. Jicha G. A. Omega-3 fatty acids: potential role in the management of early Alzheimer's disease /Jicha G. A., Markesbery W.R. // Clin Interv Aging. 2010. Vol. 5. P. 45-61.
4. «Справочник по теплофизическим характеристикам пищевых продуктов и полуфабрикатов». Чубик И.А., Маслов А.М. Гинзбург А.С. и др. Москва, 2010. - 288 с.

58. РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ЗБИВНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ НА ОСНОВІ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ

Собуцька О.С., магістрант,

Зуйко В.І., к.т.н.,

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

Актуальним і доцільним є розвиток технологій харчових продуктів, які користуються попитом серед широкої групи споживачів, з метою покращення їх функціональних властивостей. До таких продуктів завжди відносять кондитерські вироби. Зефір – вид цукристих кондитерських виробів, який отримують збиванням фруктових пюре з цукром і яєчним білком, з наступним додаванням до суміші будь-якого з драглізувальних наповнювачів: пектину, агарового сиропу, желатинової маси. До рецептури зефіру додають харчові кислоти, есенції, барвники та інші наповнювачі.

Незважаючи на широкий асортимент та популярність продукції є група споживачів, які не можуть вживати подібну продукцію через вміст у складі зефіру тваринних білків, що є викликом для сучасного технолога

Аквафаба – це назва в'язкої рідини, отриманої в результаті відварювання плодів бобових культур таких, як нут, квасоля, горох. Вона складається з вуглеводів, білків та інших розчинних сухих речовин рослин, які проникають з насіння в воду в процесі варіння. Унікальне поєднання складових дає аквафабе широкий діапазон емульгуючих, піноутворюючих, в'язуючих, драглізувальних і згущуючих властивостей. Завдяки своїй здатності імітувати функціональні властивості яєчного білка, аквафаба може бути використана в якості прямої заміни продукту тваринного походження в деяких кулінарних рецептах.

Зважаючи на ці властивості на кафедрі технології ресторанної аюрведичної продукції НУХТ запропоновано удосконалену технологію зефіру на основі виключно рослинної сировини, у якому білок курячого яйця було замінено на аквафабу, желатин – на агар-агар. Проведені пробні приготування дозволяють стверджувати про можливість виготовлення продукту стабільної високої якості, який не поступається традиційній технології та має ряд суттєвих переваг: повне виключення тваринних білків, що розширює контингент потенційних споживачів; зниження калорійності кінцевого продукту за рахунок зменшення вмісту білків; покращення органолептичних показників за рахунок більш високої бальної оцінки смаку та структури.

Висновок. У результаті проведених досліджень апробовано удосконалену технологію збивних кондитерських виробів на основі рослинної сировини, що відповідає сучасним вимогам споживача закладу ресторанного господарства.

Література

1. Іоргачова К.Г., Банова С.І. Збивні кондитерські вироби на основі рослинного білка // Матеріали Міжнар. наук. конф. вчених, аспірантів та студентів. – Київ: НУХТ, 2002. – С. 64.

59. ВИЗНАЧЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕЧНОСТІ М'ЯСО-РОСЛИННИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ

Солодко Л.М., студент,

Сімахіна Г.О., д.т.н.,

Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Безпека харчових продуктів гарантується умовою та дотриманням регламентованого рівня вмісту забруднювачів хімічного, біологічного або природнього походження, які порушують метаболізм, здійснюють загальний токсичний вплив на організм людини або негативно впливають на окремі процеси життєдіяльності.

На сьогодні великої актуальності набувають питання застосування при токсикологічних дослідженнях нової нетрадиційної сировини та харчових продуктів з її використанням біологічних тест-об'єктів (культур клітин, мікроорганізмів, найпростіших і т. д.), які дозволяють, як правило, в короткі терміни отримати цінну інформацію про біологічну дію різних речовин. Зокрема використання тест-культури *Paramecium caudatum* для оцінки токсичності харчових продуктів засноване на тому, що інфузорія має ряд аналогічних тваринам ферментних систем, а також кислотну-лужний тип травлення. Відносно великі розміри інфузорій – $0,3 \times 0,05$ мм дозволяють легко оцінити їх стан візуально під мікроскопом.

Визначали біологічну безпеку м'ясо-рослинних кулінарних виробів, збагачених напівфабрикатами із зеленої маси рослин [1]. Досліджували зміну індексу інтенсивності розмноження клітин тест-культури *Paramecium caudatum* залежно від розведення харчових субстратів, отриманих як із зразків розроблених нових м'ясо-рослинних кулінарних виробів (рецептура № 1), так і з контрольних зразків, отриманих за традиційною рецептурою (голубці з рисом та м'ясним фаршем – рецептура №2) [2].

Дані, наведені у таблиці показують, що дослідний зразок має вищий індекс інтенсивності розмноження клітин порівняно із контрольним. Це відображається на чутливості життєдіяльності одноклітинного організму *Paramecium caudatum*. Життєдіяльність тест-організму залежить від впливу якості та кількості харчового субстрату. Слід відмітити деяку стимулюючу дію дослідних зразків на тест-об'єкт при розведенні 1 : 10000 (таблиця 1).

Таблиця 1 – Зміна індексу інтенсивності розмноження клітин залежно від розведення

Найменування зразка	Індекс інтенсивності розмноження клітин		
	Розведення об'єкта		
	1 : 100	1 : 1000	1 : 10000
Рецептура №1	1,750	1,765	1,900
Рецептура №2(контроль)	1,530	1,670	1,885

Висновок. Результати дослідження показали, що вироби не виявляють токсичної дії на тест- організми і, як наслідок, є безпечними для людини.

Література

1. ДСТУ 3570-97 (ГОСТ 13496.7-97). Методичні рекомендації «Автоматизований метод оцінки токсичності продуктів тваринного походження, кормів та об'єктів навколишнього середовища на інфузоріях *Paramecium caudatum* та *Tetrahymena pyriformis*// Затв. 23.09.2009р. РАСН. ДНУ Всеросійський НДІ ветеринарної санітарії, гігієни та екології. – Москва, 2009 р. – 12 с.

2. Солодко Л. М., Сімахіна Г. О. М'ясо-рослинний кулінарний виріб. Патент України (на 20 р.) № 116930 МПК⁷ А 23 L 13/60, А 23 L 13/40 опуб. 25.05.2018р., Бюл. №10/2018.

60. РІШЕННЯ СПОРТИВНИХ ЗАДАЧ ЗГІДНО АЮРВЕДИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ

Сукало М., магістр,
Силка І.М., к.т.н.,

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

Вже більше 5000 років Аюрведа є основною практикою охорони здоров'я в Індії. В даний час по всій Індії є близько 120 університетів, де можна вивчитися на лікаря Аюрведи. Ця наука характеризується так званим цілісним підходом. Це означає, що наше тіло, душа і розум пов'язані між собою. За Аюрведою, є тільки один спосіб бути щасливим і здоровим – жити і харчуватися відповідно до своєї власної конституції.

У Аюрведичній концепції відновлення здоров'я найважливішим завданням є підтримання балансу, але спорт диктує свої правила. А якщо говорити про спорт вищих досягнень, то про баланс чемпіони думають в останню чергу, в період міжсезоння.

Природно, що вид спорту визначає вимоги до атлетів і до їх фізичної форми. Часом вони сильно відрізняються від тієї пракриті (вродженої конституції), яка виявлена у даного атлета. У таких випадках, на перший план виходять рекомендації стосовно акцентів в прийомі тих чи інших продуктів харчування і добавок (фіторецептур). Розробка спеціального харчування для людей, що ведуть активний та спортивний спосіб життя, особливо важлива для прихильників аюрведи та вимагає індивідуального підходу.

Дослідження показників якості овочевого напою та його інгредієнтів проводили за допомогою сучасних методів дослідження: визначення титрованої кислотності (ДСТУ 4343:2004 «Йогурти. Загальні технічні умови»), визначення активної кислотності або водневий показник, визначення масової частки сухих знежирених речовин. Харчову та біологічну цінність оцінювали розрахунковим методом з використанням формул матеріального балансу.

Аюрведа, поряд з правильним харчуванням, також рекомендує підтримувати тіло і розум в русі. Індивідуальна фітнес-програма допомагає відчувати себе в своїй доші абсолютно комфортно. І, як завжди, діє правило: те, що добре для Капха і Піта, не завжди підійде типу Ватта. Однак активне та регулярне заняття будь-яким видом спорту вимагає особливої уваги до раціону харчування та його харчової цінності.

Вегетаріанський раціон, що задовольняє енергетичні потреби організму, і містить в собі такі високобілкові продукти рослинного походження як, соєві продукти, бобові, зернові, горіхи та насіння, може забезпечити організм спортсмена адекватною кількістю білка, без використання додаткових джерел. Рекомендована кількість білка, для спортсменів, що розвивають витривалість 1,2-1,4 г на 1 кг ваги тіла, в той час як норма для спортсменів в силовій підготовці і опірності навантажень 1,6-1,7 г на 1 кг тіла.

Сучасні фітнес-меню не можуть існувати без смузі - смачний і корисний коктейль, приготований з фруктів, овочів і ягід, з додаванням йогурту, молока або кефіру. До того ж він легко і швидко засвоюється організмом, а один стакан смузі (250-300 г) може замінити повноцінний прийом їжі.

Ідеальною добавкою при інтенсивних тренуваннях, яка допомагає швидко відновлювати клітини тканин і м'язів, підвищує фізичну витривалість і, відповідно, результативність є спіруліна. Нещодавно маркетологи прирівняли пудру цих водоростей в ранг так званих суперфудів. В її складі міститься залізо і вітамін В12, за що й стала улюбленицею спортсменів і шанувальників здорового способу життя. Крім вітамінного комплексу в складі, спіруліну також цінують за детоксичним ефектом та антиоксидантні властивості, які гальмують процеси старіння в організмі.

Існує велика кількість рецептур страв до складу яких входить спіруліна (свіжовичавлені соки і смузі, салати і закуски, супи-пюре і салатні заправки, страви тушковані), але досить обмежена інформація стосовно впливу її на організм людини.

Підбір рецептури смузі білкового здійснювався шляхом внесення різної кількості рослинної сировини у підготовлені зразки йогурту, що виступає основою даного напою. Виходячи з цього було отримано декілька зразків з різним співвідношенням його складових та встановлено оптимальний склад (таблиця 1).

Таблиця 1 – Смузі з порошком спіруліни

№ з/п	Найменування сировини	Вміст, г	Нормативні документи
1	Йогурт жирністю 1 %	135	ДСТУ 4343:2004
2	Фейхоа	53	ДСТУ 7183:2010
3	Авокадо	53	ДСТУ 42:2007
4	Спіруліна (порошок)	9	ДСТУ 4537:2006

Обрані продукти є цінними джерелами макронутрієнтів, вітамінів, макро- та мікроелементів, мають високу харчову та біологічну цінність. Напій містить високу кількість білку і ідеально підходить для харчування людей, які ведуть активний спосіб життя.

Висновок. Аюрведа стверджує, що в системі здорового способу життя людини правильне, індивідуально підібране, харчування є одним з ключових факторів здоров'я. Білки належать до життєво важливих харчових речовин, без яких неможливий ріст і розвиток організму. Достатність білка в харчуванні і високу його якість дозволяють створювати оптимальні умови внутрішнього середовища для нормальної життєдіяльності організму, його розвитку та високої працездатності.

Література

1. Lad V., Frouli D. Travy i spetsii. Moscow: Sattva, Profil', 2015. 320 p.
2. Frolova N. Development of technology of ayurvedic culinary products with natural plant components / Frolova N., Yushchenko N., Slusarenko V. at al. // Technology audit and production reserves — 2018 – № 6 / 3(44). – pp. 48 – 54.

61. РОЗРОБКА КОС-ХАЛВИ ПІДВИЩЕНОЇ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ

Сухенко А.С., студент,

Кохан О.О., к.т.н.,

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

Аналіз ринку східних солодошів, що виробляються в Україні, показав, що ця ніша практично не заповнена продукцією вітчизняних підприємств. Тому розробка та удосконалення технологій цієї групи кондитерських виробів є перспективним та необхідним завданням. Сучасним прогресивним напрямком розвитку кондитерського виробництва є розробка нових ресурсозберігаючих технологій і розробка кондитерських виробів із підвищеною харчовою цінністю на основі використання різних видів нетрадиційної і місцевої сировини. Група цукристих східних солодошів характеризується значним вмістом цукру та застосуванням в великих кількостях горіхової сировини та прянощів. Переважна більшість цих виробів виготовляється напівмеханізованим способом, а вироби мають достатньо високу вартість, що робить їх не конкурентоспроможними на ринку солодошів України.

Актуальним напрямом покращення харчової цінності цукристих кондитерських виробів є зниження частки простих вуглеводів в рецептурах виробів та збагачення виробів білоквмісною сировиною. Нами пропонується застосування концентрату сироваткових білків при виробництві виробу та повна заміна волоського гріху в рецептурі кос-халви на гарбузове насіння, яке в 2 рази дешевше горіха та є цінним джерелом макро- та мікронутрієнтів, особливо жиророзчинними вітамінами, вітамінами групи В та дуже потрібним для організму людини мінералом – цинком.

Метою науково-дослідної роботи було дослідження можливості використання концентрату сироваткового білку в технології цукристого східного солодошу – кос-халви; дослідження можливості заміни в рецептурі кос-халви горіхової сировини на насіння гарбузу з метою розширення асортименту, покращення харчової цінності та зниження собівартості досліджуваного виробу. Проведені дослідження по визначенню технологічних показників яєчного та сироваткового білків (КСБ). Встановлена не доцільність використання КСБ для заміни яєчного білку при приготуванні білкової маси для халви. Запропоновано використовувати КСБ на заміну борошна пшеничного в/с в рецептурі кос-халви [1]. Визначено раціональне дозування насіння гарбузу та КСБ в рецептуру.

Висновок. Розроблена рецептура на кос-халву «Зумрад» з використанням насінням гарбузу та КСБ. Шляхом розрахунків встановлено, що покращується харчова цінність виробів, за рахунок збільшення вмісту білків на 25% в порівнянні з контрольним зразком та зниження частки жиру в 2 рази.

Література

1. Технологічні інструкції по підготовці сировини та напівфабрикатів по виробництву східних солодошів. – Київ.-1996.-167с.

62. СУЧАСНІ СПОСОБИ ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ ПРИДАТНОСТІ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Фролова Н.Е., д.т.н,
Очеретна А.В., аспірант,

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

Використання в харчових технологіях сурогатів натуральних продуктів викликає у споживача бажання захистити себе від їх шкідливого впливу.

Однією з соціальних форм такого захисту є використання якісних, свіжих продуктів. Це обумовлює підвищену увагу до визначення термінів їх придатності та зберігання.

Водночас, пошук раціонального рішення суперечливих вимог споживачів щодо мінімальної обробки продукту з можливістю тривалого зберігання вимагає від науковців та спеціалістів вдосконалювати методи встановлення причин псування продукції та пошуку шляхів подовження термінів їх придатності.

Сигналом початку псування є відхилення значень якісних показників готового продукту. Інтенсивність процесів псування залежить від швидкості протікання реакцій, викликаних як зовнішніми впливами, так і зміною початкового складу.

Розроблено кінетичну модель зміни якості ароматизатору «Кминні аромати» для гострих соусів та ароматних заливок за швидкістю його псування. Використання такого натурального ароматизатору дозволить не тільки збагатити смакоароматичну палітру готових страв, а й подовжити термін їх придатності.

В проведених дослідженнях ми опиралися на нормативні документи щодо встановлення терміну зберігання продуктів, наукові розробки моделювання якості харчових продуктів, на методику прискореного тестування терміну зберігання ASLT (Accelerated Shelf-Life Testing, а також на дані про термін реалізації подібних продуктів.

Термін «прискорене старіння» означає прискорену зміну показників якості продукту в екстремальних умовах зберігання (при підвищеній температурі, вологості і т.д.) Цей спосіб передбачає побудову адекватної кінетичної моделі з екстраполяцією на реальні режими зберігання.

Визначали початковий вміст ключових компонентів ароматизатору «Кминні аромати» (зразок відмінної якості) та будували профіль флейвору ароматизатору відмінної якості, відкладаючи на кожній осі відносний вміст компонентів зразку порівняння.

Протягом $\tau=1-3$ міс, $\tau=6$, $\tau=12$ міс зберігання за умов $(-2\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +4\text{ }^{\circ}\text{C})$ без доступу світла (темне скло); $(-2\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +4\text{ }^{\circ}\text{C})$ на світлі (прозоре скло), $(+15\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +20\text{ }^{\circ}\text{C})$ з доступом світла; $(+15\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +20\text{ }^{\circ}\text{C})$ без доступу світла, (темне скло) контролювали газохроматографічним аналізом зміни співвідношень ароматичних речовин зразків ароматизатору.

Здійснювали розрахунок площ профілю флейвору – S_{0-3} , S_6 , S_{12} та встановлювали значення відносного показника β , як відношення площі кожного профілю після зберігання до початкового значення S_0 .

Отримували значення:

$$\frac{S_{1-3}}{S_0} = 1; \frac{S_6}{S_0} = 0,959; \frac{S_{12}}{S_0} = 0,943.$$

За результатами досліджень будували графічну залежність динаміки показника β у часі та виводили кінетичну модель залежності відносного показника β від часу зберігання $\beta = a e^{k\tau}$, в якій τ – час зберігання, a , k – експериментальні коефіцієнти, які залежать від умов зберігання.

Використано кусково-лінійну функцію:

$$V_{\beta} = \left\langle \begin{array}{l} a \cdot e^{k\tau} \\ V_{\beta 0} - a \cdot \tau \end{array} \right\rangle \frac{\tau \leq \tau_{кр}}{\tau \geq \tau_{кр}},$$

за якою встановлено терміни зберігання натурального ароматизатору «Кминні аромати» за різних умов зберігання:

48 міс за умов $-2...+4$ °C без доступу світла (темне скло);

36 міс за умов $-2...+4$ °C на світлі (прозоре скло);

12 міс за умов $+15...+20$ °C без доступу світла;

6 міс за умов $+15...+20$ °C з доступом світла.

Висновок. В сучасних способах визначення раціональних термінів зберігання продуктів в світі використовують адекватні моделі, отримані за законами кінетики. За кінетичною моделлю швидкості псування натурального ароматизатору для гострих страв та заливок встановлено терміни зберігання натуральних концентрованих ароматизаторів, що додатково подовжить термін зберігання ресторанної продукції.

Література

1. Рекомендації по встановленню термінів придатності викладені в Методичних вказівках МУК 4.2.1847-04 «Санітарно-епідеміологічна оцінка обґрунтування термінів придатності та умов зберігання харчових продуктів».
2. Рекомендації по встановленню термінів придатності викладені в Методичних вказівках МУК 4.2.1847-04 «Санітарно-епідеміологічна оцінка обґрунтування термінів придатності та умов зберігання харчових продуктів».
3. A general protocol for evaluating new or existing products under accelerated shelf-life testing (ASLT) Загальний протокол для оцінки нових або існуючих продуктів під прискорених випробувань терміну придатності (ASLT).

63. ЕКОЛОГІЧНИЙ ПОСУД : ЕКОНОМІКА + ЕКОЛОГІЯ

Черниш І.В., д.е.н.,

Глебова А.О., к.е.н.,

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

(ПолНТУ) м. Полтава

Сьогодні питання екології для будь-якого бізнесу відіграє важливу роль. Це можливо простежити через процеси стандартизації у вітчизняній та зарубіжній практиці, а саме систему якості ISO та HACCP. Особливо для туризму, який активно розвивається і для окремих територій дозволяє отримувати не тільки економічні вигоди, але і екологічні ризики.

Частково це пов'язано із використанням пластикового посуду для задоволення потреб у харчуванні. Тому останніми роками приділяються значна увага вирішенню цих проблем, що дозволило хоча б частково зменшити рівень навантаження на екологію туристами.

Нині є окремі здобутки відносно екологічного посуду, які можливо зробити окремими родзинками для туристичних продуктів. Зокрема, це використання посуду з висівок, який би був дуже корисний для зеленого туризму. Польська компанія Biotrem, яка виготовляє органічний посуд із висівок. Вона запатентувала технологію, яка дозволяє робити одноразовий посуд з пшеничних і кукурудзяних висівок, продуктів переробки маніоку, водорослів, а також полімерів на рослинній основі. Сировину стискають під пресом за допомогою гарячого повітря. Одну тонну пшеничних висівок можна перетворити на 10 тисяч тарілок чи мисок.

Набір посуду включає тарілки, чашки, виделки та ложки. Такий посуд достатньо твердий й тривкий, аби розігрівати в ньому їжу. Після використання ним можна годувати тварин і птахів. Повністю розкладається за 30 днів [1]. Такий посуд уже можна придбати. Він був би доречний як для зеленого, гастрономічного та інших видів туризму. Зокрема, для організації шкільного туризму у заповідних зонах це можливо було б реалізовувати через проект «Зелений рюкзачок», який би вчив дітей не тільки як себе поводити на природі, але і як дбати про навколишнє середовище. В першу чергу, через споживання продуктів харчування.

Другий цікавий проект було представлено українською командою на європейському клінтек-конкурсу ClimateLaunchpad, які запропонувала проект екологічного посуду. Створений цей посуд з переробленої соломи та крохмалю і після його використання можливо буде перетворити у добриво для рослин.

Окремо необхідно зупинитися на кововій культурі, яка нині активно розвивається і більшість людей не уявляють собі життя без кави. Навіть під час відпочинку. Так, студентами кафедри харчових технологій Сумського аграрного університету було запропоновано стаканчики з кавових відходів. Кавові відходи винахідникам дають у кав'ярні. Натомість отримують стаканчики. «Тобто, додаткових вихідних матеріалів не потрібно, а ціна за

штуку виходить 65-70 копійок, – запевняє Дмитро Бідюк. – До речі, ці ж стаканчики можна знову переробити на нові». Кавові стаканчики хоч і тонкі на вигляд, але термостійкі і міцні. На дотик шершаві, нагадують пемзу. Хоча створені вони для кави, з них можна пити й інші напої [2]. Попередньо ними було запропоновано для кави білкові стаканчики, але технологію вони тривають у секреті. Також пропонують використовувати вафельні стаканчики для кави, який потім можна скуштувати (середня ціна -13 грн). Українська компанія Lekogna запустила виробництво їстівних стаканчиків і кришечок для кави. В середині вони вкриті шоколадною глазур'ю, що дозволяє утримувати каві температуру.

Цікавим є використання у інших країнах світу сервізів, які можна скуштувати. У Чехії – карамельно-шоколадні чашки для чаю, Германії – десертний посуд із фруктових пасти. Для салату – піали із кукурудзи і картофелю. Австрії – чашки із висушених фруктів для чаю. Франції – сирні тарілки. Також є стаканчики із желе (желатин, кукурудзяний сироп, цукор, натуральне масло, лимонна кислота і натуральні барвники).

Нині запатентовано шість смакових стаканчиків – яблуко, кока-кола, апельсин, малина, вишня. Ці стаканчики використовують для мінеральної води, алкогольних напоїв, морозива, десертів (набір із дев'яти стаканчиків становить 15 доларів у компанії Gummy Shot Glasses).

У Вилківській об'єднаній територіальній громаді пропонують виготовляти посуд з очерету, який розкладається всього за півтора місяці. Нині проходять дослідження в Одеській національній академії харчових технологій. Таким чином, ми можемо зробити висновок, що екологічний посуд для закладів харчування у туризмі дозволить не тільки частково вирішити питання забруднення навколишнього середовища, але і створювати «родзинки», які будуть приваблювати туриста.

Висновок. Для кожного виду подорожі для туриста можна створювати унікальні туристичні продукти, які будуть дозволяти поєднувати екологічні аспекти і економічні вигоди для учасників туристичного ринку. Коли місцева громада зможе зменшити навантаження на навколишнє середовище і одночасно зберегти ті види діяльності, які є для них прибутковими та забезпечують її життєдіяльність. Навіть сам процес виробництва екологічного посуду, зокрема наприклад для Вилківської об'єднаної територіальної громади дозволить збільшити туристичний потік і навіть частково залучати туристів для виготовлення екологічного посуду під час майстер-класів.

Література

1. Стасюк Ірина. В Україні почали продавати органічний посуд із висівок [Електронний ресурс]- Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/03/18/v-ukrayini-pochaly-prodavaty-organichnyj-posud-iz-vysivok/>
2. Сумські студенти створюють екологічний посуд з кавових відходів [Електронний ресурс]- Режим доступу: <https://topkonotop.com/news/sumski-studenti-stvoryuyut-ekologichnij-posud-z-kavovih-vidh-7290>

64. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРЕТИНОК ПЛОДІВ ГРАНАТУ В ТЕХНОЛОГІЯХ ЛІКУВАЛЬНО-ПРОФІЛАКТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ

Шалімов М., студент,

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

У технологіях харчування при виробництві соків залишається велика частина відходів, що займають від 5% до 20%. Значну цінність складають відходи переробки гранат, які вміщують в собі: шкірки, плодоніжку, перетинки та кісточки. Дослідженнями виявлено у їх складі на 100г: білки – 1,5 г; жири – 0,2 г; вуглеводи – 14,4 г; харчові волокна – 10,6 г; вода – 72,5 г; зола – 0,8 г.; дубильні речовини катехінової групи (в межах 25-28%), невелику кількість барвних речовин (антоціани), вітаміни (С, РР, В₅, Е, В₆, В₁, В₂, В₉, А), макро- і мікроелементи (К, Са, Mg, Fe, Mn, Cu, Zn, Мо, Cr, Al, Se, Ni, Sr, В), та до 0,6 % урсолової кислоти.

Шкірки та перетинки плодів гранату подрібнюють до величини 7-12 мм, а кісточки роздавлюють. Їх висушують на конвекційних сушарках для збільшення терміну зберігання. Відходи багаторазово екстрагують за допомогою різних екстрагентів: ефірів та розчину етилового спирту для вилучення окремо всіх корисних речовин, та їх подальшого відповідного використання.

Експериментальним методом було досліджено оптимальну температуру сушіння перетинок гранату згідно факторів подрібнення та ефективності екстрагування, що становить 90 °С 75 хв. Подрібнення 60с за частоти обертів диспергатора 500-800 об/хв. Екстрагування н/ф з шкірок, перетинок та кісточок гранату виконують за рахунок водних, водно-спиртових та ефірних екстрагентів. Попередні дослідження шкірок та перетинок плодів гранату виявили, що окремі речовини володіють наступними властивостями: в'язуча – таніни (дубильні речовини), які утворюють захисну плівку, що, в свою чергу, захищає нервові закінчення від подальшого подразнення і відмежовує поступовий розвиток запального процесу; протимікробна - сполуки таніну пригнічують ріст патогенних мікробів і активно протистоять хворобам; кровозупиняюча – речовини стимулюють швидке згортання крові і прискорюють загоєння поранень; дезинтоксикаційним – таніни здатні знешкоджувати токсини біологічного походження і тим самим очищувати організм. Корисними речовинами екстракції є антоціани, які містяться у гранатових шкірках. Відомо, що їх дія рівноцінна дії вітаміну Р, які, в свою чергу, укріплюють стінки судин, в тому числі і очні сітківки, і усувають їх набряк. Окрім того, антоціани являються сильними антиоксидантами, здатними зв'язувати вільні радикали і перешкоджувати руйнуванню клітинних мембран. Екстракти речовин можна використовувати для лікування гриж, різного роду пухлин, рекомендовано при лікуванні виразок слизистої кишечника, при лікуванні ентеритів(хронічних і в стадії загострення), при лікуванні розладів шлунково-кишечного тракту, лікарський ефект полягає в покращенні загального стану, зникнення больового синдрому, появи апетиту.

Висновок. Запропоновані методи екстрагування дозволяють отримати максимальну кількість корисних речовин зі шкірок, перетинок та кісточок плодів гранату в екстрактах, які можна використовувати як харчові добавки в борошняних та кондитерських виробках, алкогольних та безалкогольних напоях, топінгах.

65. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДЕСЕРТІВ**Шамшур А.Г.**, студент,**Кравчук Н.М.**, к.т.н.,**Польовик В.В.**, асист.,*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Актуальною проблемою сьогодення є забезпечення населення високоякісними продуктами харчування підвищеної харчової та біологічної цінності. Обумовлено це порушенням харчового статусу, недостатчею цілого ряду незамінних факторів харчування. У зв'язку з цим все більшого значення набуває концепція створення нових, збалансованих за хімічним складом, збагачених функціональними компонентами харчових продуктів [1].

Одним із сучасних напрямків розробки десертних страв і виробів є підвищення мікронутрієнтного складу та зниження калорійності. Напрямок збалансування виступає рослинна сировина, яка є низькокалорійною, що містить натуральні вітаміни, харчові волокна, мікроелементи. Рослинна сировина містить значну кількість речовин, які володіють поверхнево-активними властивостями, що є перспективою для використання в збивних десертах.

За базову рецептуру було взято рецептуру самбуку яблучного та його традиційна технологія. Для створення нової рецептури солодкої страви було використано пюре коренеплоду селери, сухий яєчний білок, глюкозно-фруктозний сироп, клітковина льону, сироватка.

Розроблено удосконалену технологію солодкої збивної страви – десерту «Самбук яблучно-селеровий» оздоровчого призначення.

Селера – це городня рослина вживається в їжу цілком – коренеплід, черешки і зелень. Все це є у будь-якого сорту, але у кожного з них в більшій мірі часто розвинена якась одна частина, заради якої його і вирощують. Селера багата ефірними маслами, стимулюючими виділення шлункового соку і органічними кислотами. Завдяки першим її незрівнянний аромат не сплутати ні з чим. Селера, як і лимон містить багато вітаміну С, а також Е і групи В, кальцій, натрій, фосфор, пурін і фолієву кислоту. На думку вчених, цей овоч є одним з найбільш важливих і безпечних культурних рослин для організму людини. Цікаво, що в овочі міститься унікальна речовина, назване лутеолином, що надає не тільки протизапальний, але й значний омолоджуючий ефект.

Селера корисна для профілактики захворювань судин і серця, шлунково-кишкового тракту, нирок. Корінь рослини допомагає при порушеннях роботи ЦНС: сприяє поверненню душевної рівноваги, заспокоює в стресових ситуаціях. Сік нормалізує процес обміну речовин, очищає кишечник, покращує еластичність шкіри. Настоянка з селери використовується для загоєння дрібних ран і гематом. Допомагає нейтралізувати біль і запалення при ударах. Цей продукт відмінно бореться з процесами гниття і бродіння в кишечнику. Він

знаменитий здатністю знижувати рівень цукру в крові, завдяки чому корисний для діабетиків і тих, що худнуть.

Якщо просто додати селеру в свій щоденний раціон, це допоможе очистити нирки, печінку, сечовий міхур. А при досить тривалому вживанні навіть сприятиме розчиненню каменів. Благотворно така звичка вплине і на стан при астмі, задишці або плевриті, допоможе вивести слиз [2].

Однією з найважливіших характеристик будь-якого продукту є його енергетична цінність. У свіжому вигляді зелень і стебло (100 г) містить близько 13 ккал., калорійність кореню селери складає близько 32 ккал.

Для дослідження використовували пюре селери, подрібнене насіння льону та сухий яєчний білок, як перспективну сировину для полегшення роботи та санітарного стану підприємства. Цукор було замінено на глюкозно-фруктозний сироп - натуральний сироп з солодким смаком, який не містить у своєму складі штучних або синтетичних речовин, а також харчових добавок. Має підвищену харчову цінність, меншу калорійність ніж у цукровий сироп, може виступати в якості поліпшувача структури при виробництві збивних десертів. Рекомендована доза глюкозно-фруктозного сиропу 10 %, збільшення дози призводить до погіршення стабільності консистенції та підвищення калорійності білкового десерту. Для поліпшення структури десерту та харчової цінності в рецептурі використані молочна сироватка і клітковина льону.

Склад низькокалорійного білкового десерту включає у наступному співвідношенні, %: яблучне пюре (35-45), селерове пюре (25-35), сухий яєчний білок (4-6), сироватку (6-15), клітковину льону (6-15), глюкозно-фруктозний сироп (4-10). Розроблений на основі глюкозно-фруктозного сиропу і введенням пюре з яблука та селера білковий десерт має більш збалансовану харчову цінність, що дає можливість розширити асортимент продукції лікувально-профілактичного призначення. Десерт є калорійною стравою, а при додаванні пюре з кореня селери ми отримали зниження калорійності (35%) та більш стабільну структуру десерту, підвищення вмісту мікроелементів, таких як кальцій, натрій, фосфор, пурин і фолієва кислота; підвищення вмісту вітаміну С, також Е і групи В.

Висновок. Було вивчено хімічний склад і технологічні властивості коренеплоду селери, обґрунтовано доцільність його використання як нетрадиційної сировини з метою розробки нових технологій виробництва солодких страв. Створення десерту шляхом використання нових сировинних компонентів, які забезпечують отримання продукту, що має знижену калорійність, підвищену харчову цінність, поліпшені органолептичні показники. більш збалансовану харчову цінність, що дає можливість розширити асортимент продукції ресторанного господарства підвищеної харчової цінності при забезпеченні поліпшених органолептичних показників.

Література

1. Сімахіна Г.О. Інноваційні технології та продукти. Оздоровче харчування : навч. посіб. / Г.О. Сімахіна, А.І. Українець. – К.: НУХТ, 2010. – 278 с.

2. Інтернет ресурс <https://zdorovukr.ru/rizne/4389-selera-korist-i-shkoda-korisni-vlastivosti-sklad.html>.

66. ХУМУС – ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ НА СПОЖИВАННЯ

Шапаренко Д., магістр,
Силка І.М., к.т.н.,

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

Холодні страви і закуски знаходять все більш широке застосування в харчуванні нашого населення. Вони займають велике місце в меню закладів ресторанного господарства і в асортименті магазинів кулінарних виробів. Багатий асортимент і харчова гідність холодних страв дозволяють використовувати їх в якості основних страв на сніданок, вечерю або доповнювати ними меню банкету.

Хумусом називають пасту, яку готують з нуту (твердого виду турецького гороху) з додаванням таких інгредієнтів як оливкова олія, сік лимона, паприка, часник, кунжутна паста (тахін). Сьогодні під назвою «хумус» у багатьох країнах (переважно арабського світу) мають на увазі як готову холодну закуску, так і бобову рослину, тобто нут.

Важливо пам'ятати, що раціон по-справжньому поживний і збалансований при споживанні в їжу різних за харчовою цінністю продуктів. При цьому особливої уваги заслуговують бобові, які є багатим джерелом вітамінів і мінералів і добре засвоюються організмом.

Матеріалом для роботи послужили наукові праці з результатами досліджень у даному напрямі. Під час дослідження було використано методи аналізу й синтезу, порівняння та системного підходу.

Хумус (хуммус, хомус, гуммус) – це страва, що відома під назвами нут, нухат, нохат, гарбанзо, чікпіс насправді є закускою з нутового пюре. Нут багатий білками і вуглеводами, а також іншими корисними речовинами, наприклад, калій, магній, фосфор, кальцій. Регулярне вживання нуту допомагає підвищити імунітет, зміцнити кісткову тканину і знизити рівень холестерину в крові.

Існує безліч версій, звідки бере свій початок ця страва і до сьогодні немає єдиної думки національним блюдом, якої країни воно є: Греції, Туреччини, Ізраїлю, Лівану або може Кіпру чи інших близькосхідних народів. Вважається, що перші згадки про нього знайдені в Єгипті: на фресках, присвячених любові Нефертіті і імператора Ехнатона, зображена гілка нуту, що символізує чоловічу силу. Згадки про хумус зустрічаються в творі великого Гомера «Іліада» VIII ст. до н.е., де автор детально розповідає про харчування грізних греків і, зокрема, згадує про хумус. Однак важливо не хто вперше приготував хумус, а хто готує його найкраще.

Порівняно недавно, лише в останні десятиліття, як хумус заповнив Європу та отримав там визнання. Страва близькосхідної кухні стає чимдалі популярнішою у різних куточках світу, оскільки поєднує в собі низку вітамінів і мікроелементів. Зараз його готують за безліччю різних рецептів, він

зустрічається в багатьох країнах світу і є однією з найпоширеніших холодних закусок.

Технологія приготування хумусу при уявній простоті неймовірно складна, оскільки на смак і якість продукту впливають найдрібніші нюанси - як склад інгредієнтів, так і послідовність і швидкість їхнього змішання. До недавнього часу хороший якісний хумус можна було спробувати тільки в ресторанах, але тепер фасований хумус фабричного виробництва досить високої якості можна купити повсюдно.

На сьогоднішній день в даному сегменті представлено кілька гравців. За результатами експертного опитування, проведеного компанією «Той-опініон», компанії ділять ринок наступним чином: ізраїльські виробники займають значну частку ринку України – 60-70%. Частка ринку російського виробника ТОВ «Багнетів і К» складає близько 15%. Поступово втрачає свої позиції і витісняється з масового ринку в спеціально відведені місця продажів продукція такого виробника, як ЗАТ «Мадисон і Ко».

До сих пір продаж хумусу в Україні не є надто прибутковим бізнесом, і за прогнозами експертів, витрати окупляться не раніше, ніж через два роки. Його творці самі настільки зачаровані продуктом, що практично на чистому ентузіазмі бажають внести його в маси.

Асортимент хумус в Україні на сьогоднішній день не великий. Якщо в Ізраїлі існують десятки видів даної страви, виробленої промисловим способом, то в Україні максимально широка лінійка з 16 смаків пропонується компанією ООО «ТВТ». Інші виробники обмежуються 5-7 смаками.

Висновок. Страву можна віднести до здорового харчування, з неї рекомендується починати прийом їжі, щоб уникнути переїдання. Підвищена кількість у ній клітковини швидко дає відчуття ситості. Особливо корисна страва для вегетаріанців, оскільки в ньому міститься багато рослинного білка і заліза.

Література

1. Голик Е. Краткий обзор рынка хумуса / Екатерина Голик/ Российский продовольственный рынок. – 2008. — № 2. – Стр. 16
2. Hummus: Coming Soon to a McDonald's Near You? // Justin Rohrlich, 2010

67. СИНЕРГЕТИКА БЕЗПЕКИ ТА ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**Яненко Л.П.,***Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

В багатьох країнах світу, зокрема в Україні, гостро стоїть проблема тривалості життя. Виходячи із всім відомого факту, що ми є те, що ми їмо, нагадаємо важливу закономірність нашої їжі, пов'язану зі складною взаємодією складових нашого харчування у організмі людини.

Сьогодні ще часто розглядають окремо безпеку харчових продуктів від їх споживчої і біологічної якості, навіть в державних документах та технологічних інструкціях на виробництві.

Закликаємо активізувати наукові дослідження саме синергетики взаємодії факторів безпеки і параметрів якості їжі у єдиній біохімічній та фізіологічній системі організму людини.

Були зроблені системно-аналітичні висновки на основі аналізу літературних джерел та творчого спілкування з відповідними фахівцями.

Сучасна наука встановила багато факторів впливу психологічного сприйняття їжі на отриману від неї користь, тобто наявність безпекових сумнівів часто нівелює можливі чудової якості харчових продуктів і, навпаки, сумніви щодо якості їжі автоматично викликають негативні безпекові емоції. Відповідно все це в нашому організмі призводить до накопичення функціональних помилок різних органів і викликає передчасне старіння.

Потрібно розпочати саме комплексні наукові дослідження досить складної синергетичної взаємодії якості та безпеки харчових продуктів, що особливо проявляються у людей з порушеннями здоров'я, яких сьогодні більшість.

При цьому спочатку буде достатньо лише чітких спостережень на статистично достовірних вибірках, що потім дозволить ретельно спланувати спеціальні експерименти для вимірів саме синергетичної складової у зменшенні тривалості життя людей. Легко бачити, що ефект правильного харчування підкреслюють більшість довгожителів планети, проте ґрунтовних наукових досліджень тут явно недостатньо через саме синергетичну складову цього ефекту.

Висновок. Сьогодні в багатьох країнах світу люди починають боятися своєї їжі, бо все частіше мають від неї медичні наслідки. Все більше виникає модних, але хибних порушень харчових традицій народу. Тут всілякі закордонні інновації часто зовсім не відповідають місцевим фізіологічним і біохімічним вимогам населення конкретної країни. Тому потрібно більш детально і всебічно дослідити синергетичні прояви безпеки і якості нашої їжі, задіяти всі сучасні наукові досягнення для продовження нашого здорового життя.

Секція 3
«Інноваційні напрями та
форми розвитку туристичної
сфери»

1. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Баєв В.В., к.е.н.,
Гальонко І.О., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Зростання в'їзного туризму у світі, його економічна та політична значущість у житті сучасного суспільства визнані урядами більшості країн світу. Активний туристичний обмін дедалі більше розглядається як важлива складова соціально-економічних і культурних інтеграційних процесів [1].

Метою статті є уточнення складових маркетингового плану та дослідження процесу маркетингового планування з урахуванням цілей і завдань підприємства, особливостей ринкової ситуації і на цій основі вдосконалення механізму цього процесу.

План маркетингу - це бізнес-документ, що складається з метою опису реальних туристичних позицій компанії на період, який він охоплює, визначає ринкові цілі підприємства і методи їх досягнення. Стрімкий розвиток ринку туристичних послуг призвели до різкого зростання ролі маркетингу в управлінні підприємствами індустрії туризму. Кожне підприємство зацікавлене в успішному розвитку своєї маркетингової діяльності. Для цього важливо правильно сформулювати маркетинговий план туристичного підприємств.

На кожному підприємстві для кожного рівня продукту повинен бути розроблений маркетинговий план. Маркетинговий план є одним із найважливіших результатів маркетингового процесу, який містить відповідні складові. Основна вимога до плану, – це можливість реагувати на зміни ринку. Головними документами в системі планів більшості туристичних підприємств є планування збуту, прибутку і фінансів [2].

Висновок. Маркетинг – механізм, який забезпечує зв'язок внутрішнього управління з реаліями зовнішнього середовища туристичного бізнесу. Він дає інформацію про тенденції туристичних потоків, зміну смаків споживачів і, у вигляді маркетингових стратегій, планів, акцій та іншого інструментарію, впливає на всі елементи управління туристичним підприємством.

Література

1. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: монографія / А.Г. Семенов, О.О. Єропутова, Т.В. Перекрест, А.В. Линенко. – Запоріжжя: КПУ, 2008. – 188 с.

2. Андрєєва Л.О. Методичні вказівки стосовно здійснення процесу стратегічного планування діяльності альянсу / Л.О. Андрєєва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2005. – № 1. – С. 5–9.

2. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Баєв В.В., к.е.н.,

Чепка Т.А., студент,

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

Основною метою діяльності будь-якої підприємницької структури є одержання найбільшого прибутку, що безпосередньо залежить від величини отримуваних доходів. А отже, доходи підприємства незалежно від сфери діяльності, форми власності та інших факторів набувають особливо важливого, ключового значення для вітчизняних промислових підприємств.

В умовах ринкової економіки забезпечення ефективності управління доходами є метою будь-якого туристичного підприємства, оскільки саме ефективність управління забезпечує успішне функціонування та розвиток кожної організаційно - господарчої ланки. Підприємства туристичного бізнесу характеризуються точністю виконання при індивідуальних замовленнях і спеціалізованому обслуговуванні. Туристичний бізнес певною мірою вирішує проблему зайнятості населення завдяки створенню в його галузі та суміжних з ним нових робочих місць [1].

На сучасному етапі досліджень категорії "дохід" акцент робиться на поглиблення теоретичних і методичних аспектів формування, розподілу та використання доходу на рівні окремих суб'єктів господарювання. Поняття "дохід підприємства" висвітлюється в наукових публікаціях багатьох сучасних дослідників, зокрема: Г.І. Башнянина, Г.Л. Вознюка, А.Г. Загороднього, В.І. Блонської, В.С. Іфтемічука, С.В. Мочерного, І.М. Петровича, О.М. Семеніва, Г.В. Ковальчука, П.М. Леоненка та інших.

На сьогодні серед науковців не сформувалося єдиної та однозначної думки щодо економічної сутності поняття «дохідності підприємства»; визначення особливостей формування доходів туристичного підприємства в процесі його операційної діяльності; класифікації цих доходів та деяких інших пов'язаних із цією проблематикою питань.

Доходи створюють основу для розвитку туристичного підприємства, за умови, що їх розмір достатній для покриття витрат підприємства з реалізації туристичного продукту та послуг, виконання зобов'язань перед бюджетом та утворення чистого прибутку. Доходи туристичного підприємства залежать від низки особливостей щодо джерел формування, структури, напрямків використання, тому потребують окремої уваги при визначенні політики щодо їх управління.

Ефективність управління доходами – найважливіша зі стратегічних цілей туристичного підприємства та один з об'єктів фінансового аналізу, що зумовлює актуальність даної теми дослідження. У сучасних умовах відбуваються зміни, що впливають на підходи до управління підприємством. Ці зміни відображають певну новизну доходів для діяльності підприємства.

Для ефективного управління підприємством в цілому й таким важливим показником, як дохід, зокрема, необхідно вдосконалити існуючі інструменти управління, а також розробити нові, що відповідають сучасним економічним умовам діяльності туристичних операторів та агентів[2].

До основних завдань управління доходами підприємства необхідно віднести створення організаційних структур для забезпечення прийняття та реалізації управлінських рішень щодо формування та використання доходу на різних рівнях. У першу чергу це стосується формування ефективних інформаційних систем із обґрунтуванням альтернативних варіантів управлінських рішень. Функціонування даного механізму здійснюється в умовах постійної взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища [3].

Управління доходами туристичної фірми спрямоване на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації послуг, повної сплати всіх видів податків, платежів та забезпечення отримання цільового прибутку. Процес управління туристичним підприємством здійснюється через виконання взаємопов'язаних функцій планування, організації, мотивації, які реалізуються при виконанні певних завдань. Таким чином, управління доходами (та, як наслідок, витратами) туристичного підприємства передбачає:

- обґрунтування нових джерел отримання доходів;
- формування гнучкої цінової політики;
- обґрунтоване використання системи цінових знижок, своєчасність їх впровадження.

Висновок. Отже, з впевненістю можна сказати, що ефективність управління залежить від прийняття рішень, необхідних на конкретній стадії туристичного підприємства, а дохідність, яка є ознакою успішності підприємства, на пряму залежить від саме ефективності управління цими доходами та самою туристичною фірмою.

Література

1. Балашова Р.І. Розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств. / Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2008. - №12. - С.99-108.
2. Бідник Н. Б. Стратегія управління прибутком підприємства / Н. Б. Бідник // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 97–99.
3. Скибенко С.Т. Формування стратегії управління прибутком підприємства / С.Т. Скибенко, М.В. Чемерис // Економіка, організація і управління підприємством. – 2011. - № 6 (51). – С. 152-160.

3. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Басв В. В., к.е.н.,

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

Економічна та політична нестабільність в Україні негативно впливає на вітчизняний туристичний ринок. Для збереження та розвитку сфери туризму України доцільно впроваджувати нові механізми менеджменту підприємств туристичної індустрії.

На стабільність бізнесу туристичних підприємств суттєво впливає вибір ефективних стратегій, які є одним із визначальних факторів стратегічного розвитку, зумовленого відповідною трансформацією зовнішнього середовища. Актуальність таких змін пов'язана з об'єктивними сучасними процесами, що визначають перспективи розвитку ринку [3].

У відповідності до функцій підприємств туристичної індустрії визначають особливості управління туристичними підприємствами. До них можна віднести:

- вивчення попиту та потреб на туристичний продукт вимагає від туроператорів, які розробляють тури, різного інтелектуального наповнення з врахуванням того, чи даний тур пропонується вітчизняним або зарубіжним туристам, звідки саме прибули туристи, особливості національних культур різних держав;

- планування додаткових сервісних послуг вимагає також враховувати те, з яких саме країн прибули зарубіжні туристи, у чому особливості їхніх індивідуальних запитів та потреб;

- організація системи співробітництва туристичних підприємств із іншими учасниками туристичного ринку повинна організовуватися не як з підприємством – конкурентом, а як із підприємством – бізнес-партнером, що зумовлено еволюцією розвитку ринку, формування відповідних туристичних кластерів та інтернаціоналізацією національних економік, впливом процесів глобалізації;

- збут туристичних послуг та загального туристичного продукту повинен зазнати змін, а саме необхідності організації збуту та просування через туристичних агентів та інших представників індустрії туристичної індустрії;

- координація дій персоналу туристичних підприємств, які здійснюють відправку туристів, повинні забезпечити більш чітку координацію дій із персоналом приймаючої сторони на випадок надзвичайних надзвичайних подій;

- планування турів туроператорами вимагає враховувати особливості національних культур зарубіжних споживачів та забезпечувати їм максимально високий рівень внутрішнього комфорту та задоволення;

- стимулювання споживачів турпослуг, а особливо постійних споживачів,

необхідно здійснювати через прогнози «майбутньої позитивної дохідності» споживачів турпослуг;

- стимулювання персоналу туристичних підприємств необхідно здійснювати за результатами якісного аналізу та контролю у системі взаємовідносин їх і споживачів, забезпечуючи зворотній зв'язок із ними;

- контроль поставлених цілей туристичними підприємствами повинен забезпечувати взаємний баланс інтересів туристичних підприємств, споживачів турпослуг, турпродуктів і суспільства;

- контроль неекономічних показників діяльності підприємств туристичної сфери повинен передувати процесу остаточного прийняття управлінських рішень, через підвищення рівня його значущості в отриманні туристичними підприємствами вищого рівня економічної ефективності;

- контроль рекламно-інформаційної діяльності повинен попереджувати незадовільні соціальні результати, які можуть отримати споживачі турпослуг, турпродуктів, що повинно відповідати критеріям ситуаційного підходу в поєднанні із системним підходом; це буде основою нових можливостей туристичних підприємств отримувати синергетичні ефекти [1].

У процесі управління туристичними підприємствами необхідно проводити своєчасні стратегічні зміни, в яких необхідно враховувати високу динамічність і ступінь невизначеності зовнішнього середовища, різну масштабність об'єктів управління і високій рівень диференціації видів економічної діяльності в туристичній індустрії, змістовну багатогранність видів туристської діяльності та слабкі стартові позиції входження вітчизняних підприємств на світовий туристичний ринок [3].

Висновок. З метою забезпечення сталого розвитку туризму в умовах фінансової та політичної нестабільності слід визнати його не декларативно, а реально пріоритетним сектором національної економіки. Для цього, на нашу думку, необхідно запровадити координацію діяльності підприємств туристичної індустрії з запровадження кластерної технології; розвивати інфраструктуру та транспортні зв'язки; створювати та реалізувати туристичні продукти та послуги, які мають попит на світовому ринку; застосовувати більш швидкими темпами нові технології туроперейтингу.

Література

1. Ван Юйгуан Сучасний стан менеджменту в туризмі та шляхи його удосконалення//Научно-технический сборник Коммунальное хозяйство городов". - 2008. - №83. - С.403-408

2. Дяченко Л. А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери// Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. - 2011. - №1.

3. Ткаченко Т.І. Стратегічне управління розвитком суб'єктів господарювання в сфері туризму// Культура народів Причорномор'я. - 2006. - №79. - С.60-64.

4. АЮРВЕДА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

Басєв В.В., к.е.н.,

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

Попит на послуги медичного та оздоровчого туризму в сучасному світі лише підвищується. Все більше фахівців галузі звертають щодалі більшу увагу на оздоровчими практиками, заснованими на одній з найпопулярніших систем альтернативної медицини - індійській аюрведі.

Все більше набуває популярності один різновидів spa&wellness туризму – аювердичний. Незважаючи на бурхливий розвиток традиційної медицини в світі, аюрведа впевнено займає свою нішу на ринку. ВООЗ визнало даний напрямок ефективною системою альтернативної медицини.

Аюрведа («наука життя») — система традиційної медицини, що походить з Південної Азії та нині практикується і в інших районах світу як альтернативна медицина. Система розвинулася з часом та залишається популярною в Південній Азії [2].

В Індії в 2014 році для просування народної медицини, в тому числі, йоги, аюрведи, натурпатії і гомеопатії було створено окреме міністерство - Міністерство AYUSH. Індія інтегрує інфраструктуру AYUSH в індійську систему охорони здоров'я. В даний час індійська інфраструктура AYUSH складається з 1355 лікарень на більш ніж 53,2 тис. Місць, більше 22,6 тис. Медичних центрів, 450 коледжів бакалавріату і близько 9,5 тис. Ліцензованих виробничих підрозділів. За прогнозами Міністерства галузь AYUSH виросте двозначними числами і забезпечить безпосередню зайнятість до 1 млн. осіб і непряму зайнятість до 25 млн. осіб в 2020 році. На теперішній час в Індії налічується понад 500 000 зареєстрованих практикуючих аюрведичних спеціалістів, крім того випускається щороку більше 21 000 спеціалістів з Аюрведи [1].

Об'єм ринку аюрведичних ліків складає 3 мільярди доларів, і очікується, що протягом наступних 10 років він зросте до більш ніж 15 мільярдів. Для розвитку AYUSH в світі уряд Індії з 2017 року запропонувало програму державної підтримки підготовки іноземних студентів в індійських навчальних закладах, що спеціалізуються в AYUSH. Одним із центрів аюрведи в Індії є Палац Аюрведи Kalari Kovilakom, який пропонує різноманітні програми: Програма проти старіння організму (RasayanaChikitsa - Anti-aging Programme) 28 днів, ціни від 8000 євро; Програма зниження ваги 21 і 28 дні, ціни від 6715 євро; Програма Антистрес 14 днів, ціни від 5100 євро.; Програма Панчакарма - програма загального омолодження і відновлення життєвих на 21 і 28 днів, ціни від 7750 євро [1].

Як система меддопомоги, аюверда офіційно визнана в трьох країнах світу – Індії, Непалі та Шрі-Ланці. У США аюрведа є однією з галузей альтернативної медицини. Спостерігається стрімка популяризація spa&wellness послуг в

азіатсько-тихоокеанському регіоні, який вже сьогодні починає завойовувати потенційних клієнтів європейських курортів. У 2016 р. до цього регіону було здійснено 53,3 млн. спра-подорожей. Останнім часом зростає кількість дослідницьких центрів з вивчення та застосування на практиці аюрведичних знань як в Індії, так і в західних країнах. Так, в США вивченням Аюрведи займається Національний Інститут Медицини Аюрведи, в Ізраїлі – коледж Рідман, де студенти не тільки вивчають основи аюрведичної медицини, але і проходять практику в Індії.

Все більшої популярності набуває аюрведа і в країнах Європи.

Одним з провідних установ Аюрведи в Європі є клініка МахарішіАюрведи в місті БадЕмс, Німеччина (Maharishi Ayurveda Gesundheits – und Seminarzentrum Bad Ems GmbH) пропонує цілорічний велнес-відпочинок і лікування хронічних захворювань. Цей центр є єдиним у Німеччині, що має державний дозвіл на лікування аюрведичними методами (Staatlich anerkannte Privatklinik (§ 30 GewO)).

Програми аюрведи широко застосовуються і в інших європейських країнах: Греція, о. Крит - холістичні програми від 1660 євро на 8 днів (детокс, антистрес, фітнес, відновлення метаболізму та ін.); Угорщина, о. Балатон, Шіюфок - п'ятиденна аюрведична програма детоксикації в клініці Календула, ціни від 890 євро; Словенія, курорт Лашко - аюрведичні програми: детокс від 1050 євро, схуднення від 1990 євро, anti-age від 1080 євро.

В Україні аюрведичні клініки та SPA-готелі лише починають з'являтися, тож їх загалом існує невелика кількість. По перше це Центр ведичної медицини «Росаяна» в Києві, де регулярно проходять навчальні курси «Основи аюрведичної медицини і панчакарма» та клініка «Аюрведа-192». У Запоріжжі пропонується найбільш широкий спектр послуг Аюрведи в центрі «Шамбала», та «Цунамі» у Дніпрі. Клініки, що практикують методики Аюрведи існують в Україні, перш за все в великих містах. Однак, більш привабливим для широкого кола споживачів є застосування практик Аюрведи на базі SPA-готелів, що є поширеними в Європі. Для України цей напрям є перспективним, в першу чергу, в місцях значних туристичних потоків – це західний та південний регіон (Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська, а також Одеська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька області) [3].

Висновок. Високий рівень сервісу, оптимальний набір методик системи Аюрведи надасть конкурентну перевагу вітчизняним підприємствам гостинності і збільшить привабливість України для туристів.

Література

1. Аюрведические отели Индии. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.indianholiday.com.ua/hotels/ayurveda-resorts-india.html>.
2. Грицай М. Формування здорового способу життя на основі аюрведи. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.ridivira.com/uk/buttia-ukraintsiv/formuvannia-zdorovoho-sposobu-zhyttia-na-osnovi-aiurvedy>.
3. Пиріг С.В. Перспективи застосування аюверди у вітчизняній індустрії гостинності/С.В. Пиріг, Т.П. Голікова// «Молодий вчений», № 2 (42) , 2017 р. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: molodyvcheny.in.ua/journal/2017/72.pdf

5. ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

Басюк Д.І., д.е.н.,

Іванова Д. студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Ефективне функціонування та розвиток на ринку підприємства туризму на пряму залежить від його збутової діяльності. Ефективні шляхи збуту забезпечать швидке та якісне доходження послуги до цільового сегменту споживачів, планування кількості проданих послуг, визначити частку ринку компанії, а також спланувати бюджет.

Для ефективної реалізації збуту потрібно визначити канали збуту, посередників і форма співпраці з ними.

Більшість каналів збуту в туризмі будуються за принципом вертикальних маркетингових систем (ВМС). Вони бувають корпоративні, договірні, керовані.

Корпоративні – усі етапи створення та збуту турів перебувають під керуванням однієї структури. Такий канал збуту вимагає існування власних мереж туроператора.

Договірні – канал збуту заснований на договірних відносинах з різними учасниками на туристичному ринку. Існує три основних типи у використанні договірних ВМС: агентська угода, ексклюзивна агентська угода та франчайзинг.

Керовані – один з учасників каналу займає переважаюче становище. Дистрибуція туристичних послуг відбувається не на основі приналежності одному власникові, а із-за розмірів та потужностей одного із учасників.

Існує ще один принцип каналів збуту в туризмі, коли декілька фірм об'єднуються для співробітництва – горизонтальна маркетингова система.

Наступний елемент збуту в туристичному бізнесі – це вибір посередників. Посередники повинні підлягати під наступні принципи: професіоналізм, територія впливу, охоплення цільового ринку, обсяг реалізації, методи продажу, надійна система взаєморозрахунків. При виборі посередників слід також визначити їх кількості. Існують три способи: інтенсивний розподіл, ексклюзивний розподіл, селективний розподіл.

Інтенсивний розподіл – реалізацією туристського продукту може займатися будь-який посередник.

Ексклюзивний розподіл – реалізація туристичного продукту здійснюється на підставі агентської угоди з певними привілеями для посередника.

Селективний розподіл – можливість охопити необхідний ринок зі збереженням контролю за каналом збуту в низькими витратами.

Ще один елемент ефективного збуту – визначення форми роботи з посередниками. Існують три форми співробітництва:

- Агент продає тур-продукт від імені і з доручення туроператора.
- Агент продає продукт із доручення туроператора, але від свого імені.

– Агент в іншому регіоні може взяти нас себе ряд туроператорських зобов'язань і продавати власний турпродукт.

Збутова і маркетингова діяльність підприємства тісно пов'язані між собою. Збут туристичних послуг неможливий без маркетингових заходів, які стимулюють збут. Залежно від об'єкту впливу потрібно вибрати цілі стимулювання:

– Стратегічні: збільшити клієнтську базу, підвищити кількість проданих путівок для кожного клієнта, поживати інтерес до додаткових послуг, виконати план продажів турів.

– Специфічні: прискорити продаж сезонних турів, продаж гарячих путівок, підвищити попит на менш популярні напрями.

– Разові: продаж турів до особливих дат або подій (Новий рік, День закоханих, 8 березня, футбольний матч, фестиваль концерт).

– Залежно від об'єкту впливу та цілі стимулювання більшість туристичних компаній розробляють програми лояльності (програми стимулювання збуту). Методи стимулювання можна поділити на три великі групи:

– Пропозиція ціни (продаж турів за зниженими цінами, ваучери на знижку).

– Пропозиція в натуральній формі (зниження комісійних відсотків для тур-агента, або безкоштовна додаткова послуга для клієнта).

– Активна пропозиція (розіграш подорожі або послуги).

Висновок. можна зазначити, що ефективна реалізація збуту включає в себе три основні елементи: канали збуту, посередників та форми співпраці з ними. Існують канали збуту вертикальної маркетингової системи та горизонтальної маркетингової системи. Посередники відіграють дуже важливу роль, а отже повинні підпадати під певні критерії та принципи, а також не слід забувати про кількість посередників та про принципи їх розподілу. Для уникнення не порозумінь слід визначити форми роботи з ними.

Важливим елементом стратегії збуту є стимулювання збуту. Для цього слід визначити його цілі: стратегічні, специфічні або разові. Наступним кроком є вибір методів стимулювання збуту: за ціною, в натуральній формі або як активна пропозиція.

Література

1. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризмі: Учеб. посібник / Під загальною ред. З. М. Горбилевої.-Мн.: «Економпресс», 1998.-400 с.

2. Маркетинг : Навч. пос. для студ. вищ. навч. закладів / Авт. : А. О. Старостіна, Д. М. Черваньов, О. В. Зозульов – К. : «Знання», 2002. – 191 с.

3. Маркетинг: Основи теорії і практики / Авт. О.М. Вачевський, В.Г. Скотний та ін.; Під ред. М.В. Вачевського. - Л. : «Каменярь», 1999. - 223 с.

6. ЗБУТ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Басюк Д.І., д.е.н.,

Іванова Д., студент,

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

В наш час діджиталізація захопила усі сфери людської діяльності, і тому розвиток туристичних підприємств неможливий без інтернет-технологій. Інтернет став невід'ємним інструментом ведення бізнесу. Інтернет-технології зрівняли шанси на успіх як малого, середнього та великого бізнесу. Це стало можливим із-за того, що витрати на інтернет-маркетинг є невеликі, інструменти є загальнодоступними та стандартизованими, охоплення аудиторії є цільовим, доступ на будь-який ринок є майже миттєвий та ефективність інтернет-маркетингу можна виміряти у точних цифрах.

Інтернет міцно увійшов в туристичний бізнес, став одним з головних інструментів туристичного маркетингу і по своїй інформаційній насиченості перевершує інші засоби комунікації. Існує декілька моделей інтернет-маркетингу, які впливають на збут:

- B2B – гравці на ринку, які орієнтовані на бізнес між собою (туроператор - турагент).

- B2C – прямі продажі кінцевому споживачу (турагент – клієнт).

Як можна помітити особливістю туристичного бізнесу є те, що тільки поєднання цих двох моделей забезпечить функціонування туристичного підприємства. Інтернет маркетинг в туристичному бізнесі має ряд переваг: необмежений обсяг інформації, яка дає змогу турфірмам представити більш детальну інформацію про себе і свої послуги; широке і цільове охоплення аудиторії; цілодобовий доступ; можливість відстежувати ефективність реклами та кількість зацікавлених користувачів. Веб-сайти як один із елементів Інтернет-маркетингу привертають увагу споживачів і надають можливість організаціям маркетингу дестинацій поєднувати публікування інформації, комунікацію і промоцію. Перевагами вебсайтів є багате інформаційне середовище, можливості індивідуального підходу, швидке оновлення, 24-годинна доступність та суттєво нижчі затрати, порівняно з іншими маркетинговими інструментами.

Відмінна риса просунутих операторських сайтів - наявність спеціальної агентської частини, що передбачає інформаційну та sales-підтримку партнерів. На таких сайтах досить докладно викладені операторські програми, є режим скачки прайс-листів.

Для успішного просування туристичних послуг на просторах інтернету через рекламу потрібно правильно визначити який спосіб стимулювання збуту через інтернет найкраще сприймає потенційна аудиторія.

Є три основні способи стимулювання збуту через інтернет: реклама в інтернеті; реклама в соціальних мережах; відеоролики.

В свою чергу реклама в інтернеті має декілька видів:

– Контекстна реклама (PPC). У результатах пошуку така реклама виводиться при введенні користувачем відповідного ключового слова, під яке налаштована кампанія рекламодавця.

– Ремаркетинг. Суть ремаркетингу в можливості відслідковувати користувачів, які відвідали ваш сайт, і показувати їм оголошення повторно, ніби нагадуючи про себе.

– Пошукове просування (SEO). Комплекс заходів, які вживаються фахівцями відповідного профілю з метою збільшення видимості сайту в пошукових системах за цільовими для бізнесу ключовими словами для забезпечення зростання трафіку.

– Банерна реклама(медійна). Суть медійної реклами полягає в розміщенні банерів на сторонніх сайтах, при кліці на які користувачі переходять на спеціальну цільову сторінку на сайті рекламодавця.

– Мобільна реклама. Цей вид реклами дозволяє звернутися до потенційної аудиторії через найбільш персональний для людини пристрій – її смартфон.

Реклама в соціальних мережах має теж декілька видів:

– Таргетинг. Реклама, яка показується тільки цільовій аудиторії. Вона досить ефективна, якщо правильно налаштувати. Є можливість вибирати коло користувачів, яким буде показуватись реклама, по місцю розташування, роду діяльності, інтересам і т. д.

– Партизанський маркетинг. Головне завдання партизанського маркетингу - не дати зрозуміти користувачеві, що це реклама.

– Вірусний маркетинг. Такий вид реклами не потребує великих вкладень або ризику. Але потрібно докласти максимум зусиль, щоб зробити пост вірусним. Вірусний маркетинг - це ролики або картинки, які розлітаються по мережі миттєво.

– Статті та публікації. Рейтинг піднімається за допомогою якісних та унікальних статей. Таким чином на пряму не продається послуга, але ви показуєте на с кілька добре розбираєтесь у своїй сфері, а користувачі у свою чергу бачать, що мають справу з професіоналом, якому можна довіряти.

Висновок. Підсумовуючи можна зауважити, що інтернет-маркетинг зробив просування туристичних компаній, пошук клієнтів та інформування про себе більш доступнішим та легшим, однак в цей же час значно зросла конкуренція не тільки за клієнта, а й за саму рекламу в інтернеті та соц.мережах. Тому, не дивлячись на відносну дешевизну маркетингових заходів для стимулювання збуту, щоб бути конкурентоспроможним та залишатись у полі зору потенційних клієнтів, потрібні значні матеріальні вкладення, а також залучення спеціалістів з просування в інтернеті.

Література

1. Гуляєв В. Г., Морозов І. В. Прикладні програми по формуванню, просуванню і реалізації туристичного продукту. Туризм. Практика, проблеми, перспективи, № 3, 1997 р.

7. АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Басюк Д.І., д.е.н.,

Петренко А., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Боротьба за клієнтів в нинішніх економічних реаліях є головною тенденцією і носить дуже гострий характер.

Асортимент товарів та послуг сучасного підприємства зобов'язаний слідувати актуальним ринковим тенденціям. Грамотне ставлення до вибору асортименту компанії є обов'язковою умовою високих економічних показників компанії.

Ефективне управління асортиментом підприємства передбачає глибоке розуміння керівництвом підприємства кон'юнктури ринку, наявність практичних навичок формування асортиментної політики. *Асортиментна політика підприємства* – діяльність, спрямована на формування асортиментного ряду товарів компанії. Асортиментна політика ґрунтується на стратегічних завданнях компанії і спрямована на формування оптимальної товарної пропозиції підприємства з урахуванням його фінансових, матеріально-технічних і кадрових можливостей. Метою асортиментної політики є створення найбільш раціонального вектора розвитку товарної номенклатури, що відповідає попиту покупців в сфері діяльності підприємства. Все це становить комплекс завдань системи управління асортиментом підприємства.

Ключове завдання асортиментної політики підприємства полягає в оптимізації асортиментного ряду в поточний і майбутній періоди.

Фактори, що впливають на асортиментну політику: *Попит*. Низькі показники продажів будь-яких товарних позицій можуть привести до виключення існуючих або додавання нових товарів в асортиментну лінійку компанії. *Рентабельність*. Низька рентабельність є однією з найважливіших причин зміни асортименту продукції, що реалізовується. *Можливості збуту*, пов'язані з нормативним регулюванням продажу певних видів товарів, що вимагають наявності ліцензій або інших дозвільних документів. Для ефективного вирішення питань компанії в області асортименту долучається маркетинговий відділ, який, застосовуючи передові методи дослідження ринку, проводить аналіз споживчих переваг.

Висновок. Отож, управління товарним асортиментом на підприємстві є складним завданням, впоратися з яким під силу тільки команді висококваліфікованих фахівців.

Література

1. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] /А.В.Троян// Ефективна економіка. – 2017. – №1 – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708>.

8. ТЕХНОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНИХ ТУРІВ

Басюк Д.І., д.е.н.,

Шишкіна Ю. студент,

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

Ринок туристичних послуг в останні роки в Україні динамічно розвивається. Реальність сучасного життя породжує об'єктивну потребу в туризмі, форми якого багаточисельні та різноманітні. Все це призводить до формування множини окремих спеціалізованих туристичних ринків, що мають відмінні характерні риси, темпи та тенденції розвитку.

Специфічні риси освітнього туризму, що проявляються в особливому характері попиту, виражених сезонних коливаннях, диверсифікації туристичного продукту та послуг з розміщення, особливих потреб клієнтів, що динамічно розвиваються, вимагають вивчення та розробки теоретичних та методологічних підходів до взаємодії всіх учасників ринку.

Освітній туризм – це подорожі з метою отримання освіти. Найбільш розповсюдженими є подорожі у високорозвинені європейські країни з метою удосконалення мовних навиків, отримання бізнес-освіти вивчення спеціальних дисциплін. Слід зазначити, що точного визначення даного виду туризму не існує. Дослідники трактують цей термін по-різному [1].

Історія здійснення освітніх подорожей уходить в античні часи, коли давньогрецькі вчені та римські аристократи з метою вивчення нових територій здійснювали різноманітні подорожі. В наш час стійкою мотивацією до здійснення освітніх подорожей є не тільки підвищення рівня освіти, але й задоволення пізнавальних потреб. Відповідно до існуючих даних, більшість молодих людей намагаються поєднувати навчання, вивчення іноземної мови та відвідування екскурсійних програм, що дає можливість ознайомлення з наявним культурно-історичним потенціалом, особливостями соціального й культурного розвитку території.

В загальному вигляді можна виділити наступні види пропозиції на ринку освітнього туризму: - спортивно-навчальні тури; - професійне навчання; - мовні навчальні тури.

Спортивно-навчальні тури досить популярні у всьому світі. Метою таких турів є надання можливості навчитись обраному виду спорту. Навчальні програми – це заняття обраним видом спорту за спеціальною освітньою програмою під керівництвом інструкторів.

Зараз досить активно розвивається пропозиція турів, які пропонують професійне навчання – навчання у сфері менеджменту, маркетингу, комп'ютерних технологій, туризму, дизайну, готельного господарства, банківської справи. Такі професійні тури та стажування корисні тим, що під час подорожування можна не тільки отримати нові навички, знання та вміння, але й налагодити нові особисті, ділові, наукові контакти з представниками різних країн.

Мовні тури – найбільш популярний та затребуваний вид освітніх подорожей, один з найбільш ефективних засобів вивчення іноземних мов. Цільова аудиторія таких мовних навчальних турів досить широка та охоплює людей всіх вікових груп. Поєднання мовної підготовки з відпочинком та подорожами дає можливість отримати якісні знання та навички.

Таким чином, можна стверджувати, що у відповідь на існуючий попит, збільшується обсяг та асортимент пропозиції, представленої на ринку освітнього туризму, розширюється географія ринку. Освітній туризм в Україні – це достатньо новий вид подорожей, спеціалізований туристичний ринок, що досить динамічно та стрімко розвивається.

В останній час проявляється тенденція до зміни переваг українських студентів у відношенні вибору спеціальностей, за якими вони бажають навчатись, а також вибору країн-навчання. Результати річної програми міжнародних соціологічних досліджень «Студенти – образ майбутнього», проведеної Інститутом Горшеніна в Україні, Росії, Казахстані та Польщі, свідчать про те, 94,8% українських студентів володіють російською мовою, 86% - англійською, 23,7% - німецькою, 13,4% - польською та 11,9% - французькою. Відповідаючи на запитання про те, в якій країні студенти бажали би навчатись, 45,9% українців відповіли у Великобританії, 23,8% - у США, 15,5% - в Україні. Також, необхідно зазначити, досить активно в Україні розвивається ринок внутрішнього освітнього туризму. Зараз існує велика кількість оздоровчо-освітніх таборів, де відбуваються тематичні заходи, які надають можливість повного занурення в яку-небудь галузь знань або історичну епоху.

Висновок. Підсумовуючи все вище сказане, можна зробити висновок про те, що з кожним роком спектр послуг, що пропонується ринком освітнього туризму в Україні, значно розширюється, продукт даного ринку користується стійким попитом. Зараз цей спеціалізований туристичний ринок проходить етап активного розвитку, в процесі якого стають питання, що вимагають вирішення: необхідність теоретичного наукового опрацювання концептуальних засад формування ринку освітнього туризму; уніфікація та стандартизація понятійного апарату; обґрунтування механізмів оцінки ефективності розвитку ринку; розробка системи моніторингу, оцінки та удосконалення якості послуг даного ринку з метою задоволення потреб споживачів. Всі ці питання, на наш погляд, можуть вважатися перспективними для подальших досліджень у напрямі розвитку ринку освітнього туризму в Україні.

Література

1. Козлова Н.А. Формирование и развитие рынка международного образовательного туризма [Электронный ресурс]: автореф. дис. на присуждение научн. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: теория управления экономическими системами»/ Н.А. Козлова. – С-Пб, 2009. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-i-razvitie-rynka-mezhdunarodnogo-obrazovatel'nogo-turizma>

9. ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ВАЛЕНСІЇ

Батиченко С.П., к.геогр.н.,

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

Ще в минулому столітті туристи подорожували з метою ознайомлення та пізнання культури іншого народу через огляд історико-архітектурних пам'яток та музеїв. На сьогоднішній день тренди змінюють і відповідно туристи пізнають культуру іншого народу через гастрономічні особливості місцевого населення, а також взяти кулінарні уроки майстерності у місцевих кухарів [3]. І відповідно гастрономічний туризм набирає швидких темпів розвитку, який відповідно наповнює дохідну частину регіонів та країн загалом.

На основі статистичних даних Світової організації туризму проаналізовані особливості діяльності туристичної індустрії Валенсії. Досліджені питання гастрономічного туризму Валенсії.

За даними Всесвітньої організації гастрономічного туризму 93% туристів подорожують з гастрономічною метою. Визнаними гастрономічними напрямками є тури до Іспанії, Франції, Італії, Греції, Португалії, Бельгії, США (особливо в долини Напа та Сономи), Бразилії, Чилі, Мексики, ПАР, Нової Зеландії, Австралії, Малайзії, Японії, Індонезії, Балі, Китаю, Гонконгу та Сінгапуру. До списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО у листопаді 2010 р. було включено середземноморську дієту Іспанії, Італії, Греції та Марокко. Одним з найпривабливіших середземноморських гастрономічних територій являється Валенсія. Щороку Валенсію відвідує 23 млн туристів, з яких 7,8 млн іноземних, які витрачають 9 млрд. євро, що складає 13,2% ВВП [2].

Валенсія являється регіоном рису, цитрусових та морепродуктів. На Валенсію приходить 30% вирощеного рису в країні. Так, в національному заповіднику *Albufera* під культивуацію рису відведено 9 тис. га землі. Гастрономічною візитною карткою Валенсії є «паелья» з рису, яку тут ще називають «*arroces*». Традиційну паелью у Валенсії можна скоштувати в кафе та ресторанах розташованих на набережній міста, серед них популярний ресторан *La Perica*, в якому Ернест Хемінгуей вперше в житті скуштував Валенську паелью. Окрім паельї з морепродуктами, курицею чи кролика, у Валенсії готують десятки інших традиційних страв з рису. Так, однією з типових рисових страв з лобстером є «*arroz con bogavante*», яка характерна для провінції Аліканте. А також «*arros negre*» рис з креветками та кальмарами та чорнилами каракатиці.

Ще однією гастрономічною візиткою Валенсії є «орчата» – солодкий молочний напій з чуфи (земляний мигдаль, який вирощується в районі *L'Horta Nord*). Традиційну орчату можна скоштувати у старому місті – *El Carmen*, де є заклади орчатерії (маленькі кафе, які спеціалізуються на приготуванні орчати і фартонів). Величезна кількість орчатерій розташовуються на маленьких

вуличках, які оточують площу Plaza de la Reina, а також на території продуктового ринку Валенсії Mercado Central.

У внутрішніх регіонах Валенсії, вглиб від берега моря жителі харчуються переважно м'ясними стравами. Ближче до регіону Кастилія-Ла-Манча в ресторанах з'являються ознаки сусідньої гастрономії. У Валенсії і на озері Альбуфера існує своє рагу-суп – «all i rebre» (з вугря та картоплі).

Регіон Валенсія є основним постачальником та споживачем риби та морепродуктів. Майже кожне маленьке місто має свій особливий рецепт риби, який передається з покоління в покоління. Деякі з цих традиційних рецептів: «Suquet» (тушкована риба з картоплею, часником і перцем), «all i rebre» (вугорь, приготованого з часником, червоним перцем, мигдалем і картоплею), «cassolas» (рибна запіканка) або солоні риби. Страви з середземноморської риби варто куштувати в таких популярних ресторанах Валенсії, як El Canyar, Alejandro Del Toro або La Embajada.

Одним з традиційних десертів в Валенсії є «флан» (яєчний пудинг). Також в цих широтах існує старовинний десерт «Арнад», який готують з гарбуза і солодкої картоплі. Скуштувати його можна в традиційних ресторанах в районі Кабаньяль або за містом - наприклад, в La Genuina. Валенсія являється потужним виробником типової Різдвяної солодощі – «Туррон» (нуга з меду, цукру та підсмаженого мигдалю).

Найпопулярнішим десертним вином у Валенсії є Mistela. Це ароматне солодке кріплене вино виготовляють з місцевого винограду Moscatel (Мускат). Пити його слід дуже холодним – крижаним. «Agua de Valencia» – це коктейль з горілки, джина, кава (місцеве ігристе вино) і апельсинового соку. Його винайшли в одному з барів Валенсії в середині XX століття [1].

Щороку в кінці літа в селищі Буньоль проходить фестиваль Ла Томатіна, де відбувається традиційне кидання помідорами. На дане дійство з'їжджається близько 30 тисяч людей [4].

У Валенсії налічується понад 8 000 барів, ресторанів та кафе. Крім того, в місті 6 ресторанів із зірками Мішлен. Щороку Управління туризму Валенсії організовує неділю ресторанів. Під час, якої в центральній частині міста більшість ресторанів пропонують своїм відвідувачам незвичайне меню, знижки та ряд інших дійств [2].

Висновок. В наш час туристи віддають перевагу саме гастрономічному туризму, оскільки саме він передає культуру іншого народу через гастрономічні особливості місцевого населення. Серед Європейських гастрономічних турів помітне місце займає Валенсія зі своєю автентичною кухнею.

Література

1. Tourist guide Valencia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.valencia-tourist-guide.com/ru/restorany/valensiya-eda.html>
2. World Tourism Organization (2017), Affiliate Members Report, Volume sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid
3. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ – 2012. — № 45. — С. 128-132.

10. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ ДО ІНДІЇ

Верес К., к.геогр.н.,

Дорошук Б., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

В останні роки туризм відіграє велику роль у житті сучасного суспільства. Завдяки туризму підвищується культурний рівень людей, молодь вчиться самостійно приймати життєво важливі рішення. Туризм - це активний спосіб життя, і він захоплює весь світ.

У роботі використовувались загальнонаукові методики: системний підхід, структурний аналіз і синтез, порівняльно-географічний, спеціальні методи: графічний, статистичний тощо.

Індія - єдина країна в світі, де культурна і релігійна традиції не переривалися з найдавніших часів. Великі цивілізації давнини - Єгипетська, Шумерська, Стародавній Рим, кельти-виникали і розчинялися в небутті. Індійська традиція перебувала незмінною, такою вона і збереглася досі. Індія не є внутрішньо цілісною країною. Тут живе понад 500 народів зі своїми мовами, культурами, віруваннями. Різні штати суттєво відрізняються своїм стилем життя, мовою, заможністю. Відмінні вони і за кліматичними особливостями, природними ресурсами, географічним положенням, рельєфом тощо. Нині за вартістю валового національного продукту Індія посідає 4-те місце у світі, випередивши всі європейські країни. За цим показником попереду неї лише США, Китай і Японія.

В останні роки Індія все більше перетворюється в країну медичного туризму. Якщо в минулому туристичні фірми анонсували в своїх турах тільки атрибути народної індійської медицини, наприклад, масаж, заняття йогою, медитацією, лікування травami і фруктами, то зараз все більше іноземних туристів їдуть до Індії, щоб отримати сучасну медичну допомогу. За рік країну відвідує понад 200 тис. медичних туристів. За цим показником Індія посідає друге місце після Таїланду, куди щорічно приїжджає понад 1 млн. пацієнтів.

Висновок. Отже, було розглянуто основні складові розвитку туризму країни. Було визначено, що туризм – велика галузь економіки Індії. Індія займає п'яте місце серед країн зі швидкозростаючою туристичною галуззю. Багата історія Індії та її культура, а також географічне розмаїття робить її міжнародний туризм привабливим. Міжнародний туризм Індії, крім багатой спадщини та культурного туризму, представляється ще і медичним, діловим і спортивним туризмом.

Література

1. Верес К.О., Купач Т.Г. Инновационные технологии в туристическом сопровождении Инновационное развитие пищевой, легкой промышленности и индустрии гостеприимства: Мат. Науч.-практ.конф (17-18 октября 2013 г.) Алматы: АТУ, 2013. – С.425-427.

11. МОДА НА ТУРИЗМ

Візерська М.С., асистент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Суспільство завжди підкоряється певним загально прийнятим тенденціям часу, які називають модою. Такі тенденції охоплюють великий обсяг сфер життя людини. Це стосується суспільної поведінки, вподобань щодо їжі, одягу, косметики, тощо. Моду викликають цілеспрямовані дії брендів, виробників товарів або безумисні дії суспільних діячів, кумирів молоді, публічних персон. Сучасне суспільство пропагує здоровий образ життя, прагнення до саморозвитку, самопізнання та мандрів. Дана тенденція моди дуже корисна для туристичного бізнесу. Але не завжди подорожі «в тренді».

Як і в одязі і в способі життя, в туризмі існує мода на певні місця, міста, певні види туризму та, навіть, рівень комфортності подорожей. Так, наприклад, в середині 1950-х років з легалізацією ігорного бізнесу, активно почало розвиватися місто Лас-Вегас. Разом з ним ми отримали новий виток у розвитку суспільної культури. Тут виникла мода на розважальні поїздки.

В шестидесятих – семидесятих роках отримує розвиток рух хіпі. Лібералізація та демократизація суспільства, насадження мирного способу життя дає поштовх небувалому буму гуманітарних подорожей. В той час виникла мода на активне громадське життя, відстоювання законних інтересів найменш захищених верств населення та місія нести культуру свободи в країни Сходу і Африки. Більшість американських зірок кіно і естради, особливо жінки, беручи участь у гуманітарних місіях ввели моду підтримувати країни, що розвиваються, їздити в далекі, особливо, Африканські країни, у тривалі подорожі з метою вчителювати там. В цей час було введено моду на благочинність.

У вісімдесятих роках двадцятого століття виникає культура Нью-ейдж, що характеризується змішанням різнорідних культурних, релігійних і наукових традицій. В ці роки надзвичайно популярними стають до відвідання Східні країни. Після відвідування й проживання в східних країнах творчі люди використали ідеї нью-ейдж для створення нових жанрів мистецтва.

Останнє десятиліття століття, що на пострадянському просторі ознаменувалися глибокою політичною і економічною кризою, в світі можна назвати розквітом романтизму, нав'язаного суспільству, передусім діяльністю кінопромислу. Надзвичайну популярність отримує Франція, а саме її столиця – Париж. З тих самих пір вона залишається найпопулярнішим туристичним напрямом у світі. Саме в цей час внесено більшість пам'яток історії і культури Франції у Список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Напевно цей факт і факт того, що ця країна – оплот романтизму в сучасному світі і стали вирішальними в привабливості її з точки зору туризму.

Початок двадцять першого століття знаменується надзвичайним економічним підйом в країнах Азії, особливо – Китай, мода змінюється на бізнес-поїздки, в тому числі, за товарами на продаж. Ці роки знаменує також популяризації Індії, Шрі-Ланки та Таїланду як екзотичних напрямів. Крім того, було модно відпочивати на островах, такий відпочинок був ознакою матеріального благополуччя людини. Крім того, протягом 2004-2006 років було створено більшість популярних соціальних мереж. Тому, екзотичний відпочинок перестав бути лише чарівним спогадом, а красива незвична картинка з нього стала ще й приводом для хизування в мережі.

Сьогодення можна окреслити як період молодіжного туризму. З виникненням дешевих альтернативних закладів розміщення (хостелів), значно знизилися вимоги до комфортності подорожей. Тобто, туристи стають все менш вибагливими і подорожі передусім переслідують мету отримати враження, а не високий рівень сервісу.

Набув значного розповсюдження спортивний туризм у зв'язку з модою на здоровий спосіб життя та відмову від шкідливих звичок.

Не дивлячись на значний розвиток туристичного транспорту, надзвичайно популярні автобусні тури з нічними переїздами, так як вони дають змогу задешево побачити максимум. Також, великим плюсом є коротко терміновість таких поїздок, адже сучасна людина, особливо – житель великого міста з насиченим графіком, або студент, що має жорстку прив'язку до днів тижня, не завжди може присвяти тривалий час на відпочинок-подорож.

Ще одним популярним напрямом є сільський (зелений) туризм. Він уособлює прагнення сучасної людини до первозданного. З посиленням урбанізації, людство все більше віддаляється від первинних ремесел, але прагнення до натуральності і природності знаходить свій вихід у відпочинку в сільській місцевості.

Існує також мода на спосіб організації подорожі. Якщо купувати подорож в тур фірмі, то це має бути відома компанія з модним брендом, стильним офісом, кваліфікованим персоналом. Але все частіше, туристи віддають перевагу самостійній організації свого відпочинку, аби він пройшов у зручному графіку та за індивідуальним маршрутом.

Такі тенденції свідчать про те, що час моди на визначений туристичний напрямок вийшов і нині існує мода саме на спосіб здійснення подорожі і її проведення.

Висновок. З огляду на вище сказане, модний сам туризм як суспільне явище у всіх його проявах. Модно бути оригінальним, проявляти свою індивідуальність та творчий підхід при виборі напрямку відпочинку, виду туризму, виду розміщення та транспорту. Модно проводити свій відпочинок активно та привозити багаж яскравих вражень. Таким чином, туристична фірма повинна враховувати дані модні тенденції, а її продукти повинні відповідати тому, що диктує час.

12. АВТОМАТИЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ЧАТ-БОТІВ

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

Не залежно від специфіки діяльності і турагенту, і туроператору обов'язково необхідна автоматизація діяльності багатьох операцій, тому дане дослідження направлене на пошук нових інструментів для автоматизації діяльності, в тому числі такі, які містять елементи штучного інтелекту.

Ефективним рішенням даної проблеми є розробка чат-бота з елементами штучного інтелекту для автоматизації обробки заявок та клієнтської підтримки клієнтів туристичних компаній. Було проаналізовано найпопулярніші чат-боти серед користувачів таких сервісів та месенджерів як: Facebook, Telegram, MyRockeBot, Яндекс.Бот, railwaybot, NovaPoshta_Bot, App of the Day тощо.

Розроблено такий алгоритм роботи чат-боту: Постановка мети: 1. Встановлення цілі розробки чат-бота; 2. Аналіз поведінки цільової аудиторії. Визначення функцій: 3. Визначення того, які дії можуть бути замінені за допомогою чат-бота; 4. Визначення функціоналу чат-бота.

Створення сценарію: 5. Створення сценарію взаємодії чат-бота з користувачами; 6. Після аналізу сценарію і оцінки вартості розробки - діагностика доцільності створення чат-бота. Визначення параметрів: 7. Вибір каналу взаємодії для цільової аудиторії; 8. Встановлення ключових показників ефективності (KPI). Навчання та розвиток бота: 9. Перевірка роботи чат-бота і внесення необхідних поліпшень; 10. Тестування на цільовій аудиторії і збір відгуків.

Розроблений алгоритм створення чат-бота наповнено конкретним змістом кожного етапу розробки та впровадження чат-бота, що здатен навчатися. Вартість створення чат-бота може коливатися від 10 до 50 тис. доларів, якщо замовляти його в українських ІТ-компаніях (самостійно найпростішого можна створити навіть безкоштовно, але він не буде здатним навчатися і не буде взаємодіяти з CRM).

Висновок. Впровадження чат-боту матиме позитивний вплив на роботу майже будь-якої туристичної компанії, адже однозначно допоможе уникнути ряд проблем, що виникають під час роботи, при цьому покращить як економічні показники, так і роботу сервісу.

Література

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 494 с.
2. Путешествия, мобильные технологии и чат-боты. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://prohotelia.com/2017/05/chatbot-v-turizme/>.

13. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА РИНКУ

Головань А.І., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Інтернет, як наймогутніший комунікаційний канал, відіграє головну роль успішного функціонування сучасної бізнес-спільноти, сприяє зручності і швидкості управління інформацією.

В умовах глобальної світової кризи важливого значення набуває проблема інноваційної діяльності підприємств, зокрема й туристичних. Одним з найефективніших засобів комунікації та реклами стає мережа Інтернет. Для фірм, які займаються туристичним бізнесом, Інтернет є ідеальним засобом для реклами. Мережа дає можливість з мінімальними витратами поінформувати багатомільйонну цільову аудиторію про послуги фірми. Крім того, перевагами реклами в Інтернеті є те, що вона дозволяє передавати текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію, а також оцінювати ефективність заходів за рахунок зворотного зв'язку із цільовою аудиторією. Саме Інтернет може стати "проривом" України у рекламний простір країн світу, ознайомлюючи закордонних потенційних клієнтів з можливостями українського туристичного бізнесу. Все частіше у всесвітній павутині можна знайти різноманітні сайти (сторінки), присвячені розвитку туристичної індустрії, туристичним фірмам, агентствам, а також санаторіям, пансіонатам, базам відпочинку та готелям. Найбільш ефективно використовують переваги Інтернету для реклами та надання туристичних послуг. Тому не дивно, що саме продаж туристичних послуг (продаж турів, бронювання авіаквитків, готелів) є в першій п'ятірці за обсягами продажу в Інтернет. Можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет дозволяють використовувати її як ефективний засіб у діяльності туристичних фірм, передусім, в маркетингу. Мережа Інтернет дозволяє туристичним фірмам долучитись до сучасних технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії з партнерами, а також доступ до різних інформаційних джерел. На жаль, в Україні Інтернет ще не набув достатнього поширення для ефективного маркетингу в мережі, проте якщо фірма працює із зовнішнім ринком – без Інтернету не обійтись.

Висновок. Інформаційні технології надають можливості туристичним підприємствам досліджувати стан і розвиток попиту на ринку, використовувати більш економічні канали просування продуктів; забезпечують простий та швидкий для споживача спосіб придбання послуг, високий рівень обслуговування та утримання клієнтів, що сприятиме скороченню витрат завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій та комерційних процедур.

Література

1. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі./ Скопень М.М. - К.: Кондор, 2005. - 301 с.

14. ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СПОЖИВАЧА ПОСЛУГ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Григор'єва Т., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Діловий туризм як окремий напрям виник відносно нещодавно, однак нині є одним із найбільш перспективних і високоприбуткових сегментів ринку туристичних послуг. Особливістю ділового туризму є орієнтація саме на людський фактор, а не територіальний як в більшості випадків, і тому задля створення якісного продукту ділового туризму необхідно мати чітко визначений психологічний портрет споживача.

В основу дослідження концепції психологічного портрету споживача ділового туризму було використано такі загальнонаукові та спеціальні методи, як системний аналіз, експертні оцінки, наукові статті та соціологічні розрахунки на основі інтернет-опитувань.

У сучасному світі туризм набуває не просто масового характеру, а стає однією з провідних, найбільш динамічних галузей світового господарства. Туризм стає не тільки сферою відпочинку для споживачів, а й невід'ємною складовою їх кар'єри.

Діловий туризм дуже прибутковий, оскільки людина, що поїхала в ділову поїздку, може витратити не лише свої фінанси, але і гроші компанії, яка її відрядила. Завдяки цьому бізнесурист має можливість витратити більше грошей, ніж звичайний турист. Типовий турист, що подорожує зі службовими цілями - це чоловік середнього віку з вищою освітою, кваліфікований спеціаліст чи керівник, власник бізнесу. Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але, рушаючи в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції - вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу. Ділові люди, що працюють у різних сферах, зокрема і в науці, чекають від ділових поїздок не тільки укладення нових вигідних контрактів, а й підвищення творчої активності в результаті зміни обстановки і набуття нових незабутніх вражень про країну перебування, які можуть бути забезпечені лише національною специфікою. Окрім проживання, конференц-залів, екскурсій, замовники хочуть бачити ексклюзивні пропозиції. Наприклад, поїздка в Чорнобиль - модна ідея для гостей з Азії та Америки.

Ділові люди, особливо іноземні бізнесмени, зазвичай надають перевагу поселенню не просто в першокласному готелі, а у спеціалізованому бізнес-готелі, обов'язковою складовою якого є диверсифікований бізнес-центр, що має надавати широкий спектр ділових послуг з обов'язковою розважально-ознайомлювальною програмою.

Висновок. Орієнтація на споживача – найголовніший аспект при створенні продукту ділового туризму. Психологічний портрет, як основа для створення цілісного продукту та послуг у сфері ділового туризму, допомагає зорієнтуватися на основних складових продукту, їх комплектуванні та просуванні.

15. ЕСТЕТИКА ТУРИЗМУ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

Заборовець Ю.Л., студент,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Туризм можна розглядати як фактор вдосконалення якості життя. В даному випадку туристична діяльність пов'язана не тільки з прямим економічним ефектом у вигляді додаткових доходів, створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури, але і з впливом туризму на соціально-психологічний стан людини, поліпшення його здоров'я та рівня добробуту.

Психологами відмічено, що особливий негативний вплив для людини представляють гомогенні і «агресивні» поля міста - це переважання однакових елементів. Наприклад, одноманітні ряди вікон на стінах висотних будинків. Подібні елементи міського ландшафту сприяють розвитку стресів, появи депресії. У цьому зв'язку туризм забезпечує можливість зміни місцеперебування людини, що позитивно впливає на її соціально - психологічний стан. Можливість зміни обстановки різноманітністю країн і регіонів - одна з найважливіших переваг туристичної діяльності, що сприяє зміцненню психологічного здоров'я людини.

З іншого боку, у будь-якої подорожі, особливо тривалої, існують негативні психологічні впливи. Приїжджаючи в іншу країну, людині доводиться звикати до нового способу і ритму життя. Так у книзі «Історія людських емоцій», Тіффані Уотт Сміт, наукового співробітника Центру історії емоцій Лондонського університету королеви Марії, наведено кілька прикладів негативних ефектів довгого перебування в іншій місцевості: 1. Почуття «Depaysment» - перебуваючи в чужій країні, люди часто роблять нетипові для себе вчинки. Вони можуть спілкуватися з незнайомцями в публічних місцях, хоча вдома ніколи цього не роблять. Коли людина опиняється у новому середовищі, її це хвилює і дезорієнтує. Для цієї суміші емоцій Сміт використовує французьке слово «depaysement», або «бути поза країною». 2. Брак позитивних емоцій від подорожей може породжувати відчуття «kaukoкаіриш», що означає сум за місцем, де ніколи не був, в перекладі з фінської мови. Може виражати специфічну форму гострого бажання побувати в певній країні. 3. «Післявідпускний» синдром виникає при необхідності повертатися після відпочинку до звичного ритму життя. Виявляється у депресивному стані, загальній нервозності, відчутті «сірості», «буденності» оточуючого середовища та, навіть, тимчасовій непрацездатності.

Висновок. Підводячи підсумки, можна сказати, що навколишнє середовище дійсно відіграє важливу роль у формуванні соціально-психологічного стану людини та існують як позитивний, так і негативний вплив на людські емоції в ході туристичних подорожей, після них, або в разі їх відсутності. Безперечно, кожний індивідум піддається цим впливам в різній мірі, але факт цього впливу є беззаперечним.

Література

1. Tiffany Watt Smith: The history of human emotions. TED@Merck KGaA, Darmstadt, Germany.

16. ОПТИМІЗАЦІЯ МЕНЮ ТУРИСТІВ ЗА ВМІСТОМ КОРИСНИХ РЕЧОВИН І МІНІМАЛЬНОЮ ВАРТІСТЮ ЧЕКА

Івченко Л.О., к.ф.-м.н.,

Кодій Р.В., студент,

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

Підвищення якості та пошук нових оригінальних рішень в управлінні однієї з найважливіших складових туристичного пакету - організації харчування є обов'язковим принципом у сучасних умовах постійно зростаючої конкуренції.

Розробка пропозицій, пов'язаних з підвищенням ефективності функціонування підприємств харчування, як в складі готельних і санаторно-курортних комплексів, так і самостійних підприємств, - необхідна умова в розвитку громадського харчування. У зв'язку з цим актуальність досліджень в даному напрямку є безперечною.

В роботі пропонується використання методів математичного програмування з метою удосконалення функцій інформаційних систем, що функціонують в закладах харчування.

У зв'язку з постійним зростанням числа споживачів, які піклуються про своє здоров'я і навколишнє середовище (LOHAS - Lifestyle of Health and Sustainability), з'являються нові тенденції в харчуванні, на які повинна реагувати сучасна система організації харчування туристів. Нові вимоги споживачів закладів громадського харчування все частіше пов'язуються з прихильністю до здорового образу життя і прагненням підтримування раціону, збалансованого за вмістом енергії, жирів, білків, вуглеводів, вітамінів, мікроелементів.

Стійкою тенденцією розвитку управління підприємствами туристичної сфери є розповсюдження інформаційних технологій. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій та математичних методів у діяльність підприємств харчування є необхідною умовою їх успішної роботи. В даний час деякі інформаційні системи, що використовуються в ресторанному бізнесі, дозволяють контролювати кількість енергії та корисних речовин, що споживається клієнтом. Але, ці дані розраховуються як підсумкові відповідно до спожитих страв або пропонується інформація щодо вмісту цих показників в кожній страві або продукті. Включення до інформаційної системи функції оптимізації меню у відповідності до норм споживання корисних речовин і енергії дозволить не тільки контролювати дані показники за індивідуальними вимогами клієнта, але й мінімізувати вартість чеку.

Задача щодо складання раціону харчування (про дієту, про суміш) є типовою задачею лінійного програмування. У випадку пристосування її до умов закладу харчування в систему обмежень задачі включаються норми споживання показників, які контролюються (енергія, жири, білки, вуглеводи, певні вітаміни або мінеральні речовини), а цільовою функцією є мінімізація загальної вартості страв, присутніх у чеку. На рисунку 1 показаний один з

варіантів вирішення завдання мінімізації чека з обмеженнями на споживання енергії, жирів, білків і вуглеводів.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Український варіант меню обіду												
2	Вага страви	Борщ	Картопл. пюре	Судак смажений	Голубці	Українська ковбаса	Гречка з грибами та цибулею	Капуста квашена тушкована	Пиріжки	Компот з абрикосів	Вартість		
3		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9			
4		0,25	0,00	0,00	0,00	0,10	0,10	0,00	0,05	0,25	205,75 грн.		
5	Нижня межа	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
6	Ціни	413	176	1006	358	445	370	50	220	40			
7	ОБМЕЖЕННЯ										Лів. частина	Знак	Прав. Частин
8	Білки	19	22	107	90	150	125	10	144	18	43,95	>=	35
9	Жири	20	8	353	132	410	33	32	92	0	53,90	>=	45
10	Вуглеводи	68	143	80	83	0	625	55	300	138	129,00	>=	90
11	Енергія	510	740	3920	1880	4290	3330	560	3150	540	1182,00	>=	1000
12	Білки	19	22	107	90	150	125	10	144	18	43,95	<=	45
13	Жири	20	8	353	132	410	33	32	92	0	53,90	<=	55
14	Вуглеводи	68	143	80	83	0	625	55	300	138	129,00	<=	130
15	Енергія	510	740	3920	1880	4290	3330	560	3150	540	1182,00	<=	1200
16	Пюре	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,00	=	0
17	Компот	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,25	>=	0,25

Рисунок 1 - Український варіант меню обіду туристів - чоловіки, 18-29 років, КФА 1,4

Умова мінімізації вартості чека в оптимізаційній задачі (цільова функція) дозволяє використовувати цей метод для малозабезпечених верств населення (школярі, студенти, літні люди). Пропонований метод може бути використаний і для невеликих підприємств громадського харчування, які не можуть собі дозволити установку дорогих систем автоматизації. Для цього достатньо наявності шаблону рішення задачі в електронних таблицях Excel.

Висновок. В роботі розроблені пропозиції щодо необхідності введення в закладах харчування додаткових послуг, пов'язаних не тільки з автоматичним підрахунком калорій, але й можливістю комп'ютерної оптимізації меню у відповідності з індивідуальними потребами конкретного клієнта, або особливостями групи клієнтів.

Література

1. Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії / Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 03.09.2017 № 1073 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1206-17>.

2. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів /- К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. - 280 с.

3. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні / Г.Т. П'ятницька // Економіка та держава. – 2017.- № 9. – С. 66–73.

17. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА З ТУРИСТИЧНИМИ АГЕНЦІЯМИ

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

Туристичний бізнес – не вічний двигун, при запуску якого можна займатись спокійно іншими справами. Якщо ж головна мета прибуткове та конкурентно спроможне підприємство, потрібно розширювати власну мережу.

Були використані методи дослідження: аналіз та синтез, опис, систематизація, узагальнення. Наукові статті, а також тези та доповіді були проаналізовані.

Після того як туристична індустрія почала набирати оберти в популярності, на ринку з'явилося багато великих і маленьких туристичних фірм, які пропонують свої послуги. Варто підкреслити, що переважна кількість даних фірм пропонують стандартний набір напрямків та схожі послуги. Клієнту важко орієнтуватися у великій кількості фірм, і незначна частка людей віддає перевагу одній і тій же компанії з року в рік. Туристичні оператори майже не користуються правом самостійно продавати власний туристичний продукт, тому що охопити своїми представництвами значний сегмент ринку просто нераціонально і неможливо. Тому чи не найголовнішою метою туроператора можна вважати необхідність формування власної збутової мережі за допомогою туристичних агентств, які охоплюють значну територію країни, мають зручне для туристів розташування, власні кадри та достатню кількість обладнання для забезпечення роботи. Відкрити ж власну туристичну агенцію з нуля - завдання не таке просте, яке може здатися на перший погляд. Щоб вийти на рентабельність і отримати прибуток, новоствореному туристичному агенту необхідно потім і кров'ю напрацьовувати клієнтську базу. Заклучення агентського договору з відомим туроператором - це не тільки шанс утриматися на плаву, а й побудувати відмінний бізнес. Обов'язковою умовою співпраці туроператорів і туристичних агенцій є укладання договору на співробітництво. Туристичні агенції реалізують тури, сформовані туроператорами. Це посередники, що працюють безпосередньо з туристами і отримують винагороду. Від якості роботи туристичних агенцій багато в чому залежить, який саме тур, якого оператора вибере споживач. Помилки туристичної агенції в момент продажу туру, наприклад, недостовірні інформація, неправильне оформлення документів, затримка оплати і т. д., можуть повністю зіпсувати туристу відпочинок, тому робота туристичної агенції є важливим елементом системи туристської діяльності на ринку турпослуг.

Висновок. Отже, співпраця туристичного оператора з туристичною агенцією на основі туристичного договору є успішним проектом для обох сторін. Для туроператора – розширення мережі, для агенції – відоме ім'я і клієнтська база.

18. МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

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

В умовах становлення ринкової економіки важливим чинником успішного функціонування підприємства є його переорієнтація на засади маркетингу. Власне впровадження концепції маркетингу у практику дає можливість оперативно реагувати на ринкову ситуацію та перемагати в умовах конкуренції.

В роботі використані загальнонаукові методи дослідження, зокрема: аналіз, синтез, дедукція та спеціальні тестування, опитування, методи систематизації і узагальнення, класифікаційно-аналітичний метод.

Удосконалення маркетингової політики готелю планується здійснювати за такими напрямками:

1. Найбільш перспективним є позиціонування і просування готелю як об'єкта сучасного нестандартного формату, а саме об'єкта, орієнтованого на людей молодого та середнього віку, які ведуть здоровий спосіб життя, захоплюються активними видами спорту, а так само комплексу, здатного запропонувати широкий спектр послуг та необхідну інфраструктуру для задоволення потреб енергійних і вимогливих гостей, що піклуються про своє здоров'я.

2. Розвиток відносин із партнерами з реалізації послуг готелю. У рамках удосконалення маркетингової політики пропонуються такі заходи: розвиток відносин із компаніями-орендарями, вироблення загальних стратегій і спільних проектів, забезпечення якості послуг, що надаються, укладання договорів із туристичними операторами і туристичними агентами на реалізацію туристичних путівок у готель, розвиток клієнтської бази; стимулювання активних продажів у корпоративному секторі, збільшення частки корпоративних компаній у клієнтській базі готелю; забезпечення якісних і своєчасних продажів через канали online-бронювання; – інформаційний супровід продажів, просування сайту.

Висновок. У сучасних умовах ринку одним з основних принципів маркетингу готельних підприємств є принцип комплексності, відповідно до якого маркетинг має розглядатися як системна єдність дій. Дана система фактично лежить в основі розроблення маркетингового інструментарію забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку готельних послуг України.

Література

1. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. - СПб.: Питер, 2016. - 400 с.
2. Соловьев Б.А. Маркетинг.: - М.: М.: ИНФРА-М, 2016. - 383 с.

19. ІНДЕКС ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ NPS ЯК МЕТРИКА РЕПУТАЦІЇ ТА ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТСЬКИМИ КОМПАНІЯМИ

Лук'яненко О.І., к.е.н.,

Харківський національний університет міського господарства

імені О.М. Бекетова

(ХНУМГ імені О.М. Бекетова), м. Харків

Індекс лояльності клієнтів NPS (Net Promoter Score, індекс чистої підтримки) – це проста в розрахунку метрика, спрямована на оцінку лояльності клієнтів компанії або покупців будь-якого товару. Вважається, що індекс NPS тісно корелює з доходами компанії і компанія з високим показником NPS має тенденцію зростати набагато швидше, ніж її конкуренти. В основі цього показника лежить припущення, що лояльність клієнта стосовно до компанії складається з:

- бажання робити повторні покупки;
- позитивного ставлення до допродаж (покупці додаткових аксесуарів);
- рекомендації компанії в колі своїх знайомих і друзів;
- чесного і відкритого відгуку про товари і послуги компанії.

Індекс NPS багатьма зарубіжними і вітчизняними експертами вважається одним із кращих показників вимірюваності лояльності відносно компанії або продукту. Стандартний підхід до вимірювання індексу споживчої лояльності зазвичай складається з декілька етапів.

Покупці відразу після здійснення покупки пропонується взяти участь в невеликому опитуванні і задається таке питання: «Наскільки ймовірно, що Ви будете рекомендувати покупки в нашій компанії/нашого товару своїм друзям, знайомим, родичам або колегам?»

Відповідь на це питання дається за десятибальною шкалою, де мінімальний бал 0 означає «Ніколи не буду рекомендувати ні за яких умов», а максимальний в 10 балів відповідає «Неодмінно буду рекомендувати». На основі зібраних оцінок, всі покупці поділяються на три категорії:

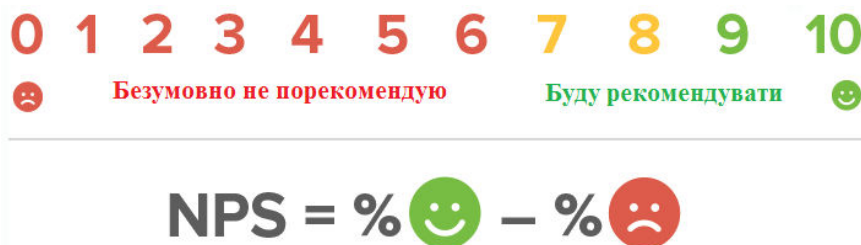


Рисунок 1 – Десятибальна шкала індексу лояльності клієнтів NPS

Ті, хто поставив 9 або 10 балів – прихильники (промоутери, promoters) – Ця категорія людей лояльна компанії або продукту і з ймовірністю вище 90 % буде рекомендувати компанію або продукт іншим людям, а також здійснювати повторні покупки. «Промоутери» часто бувають «убиті наповал» якістю продуктів і/або їхніх послуг, які перевершили їх найсміливіші очікування, тому вони згодні

активно їх рекомендувати.

Ті, хто дав оцінку в 7-8 балів – нейтральні покупці (нейтралі). Ця категорія людей достатньо прихильна до компанії або продукту, але ймовірність того, що ці люди будуть на постійній основі рекомендувати компанію або продукт значно нижче, ніж категорія промоутерів. Крім того, представники цієї категорії можуть легко віддати перевагу конкурентів за наявності знижки або запропонованих їм кращих умов для здійснення покупки.

Ті, хто оцінив у 0-6 балів – критики (детрактори, detractors). Представники цієї категорії незадоволені компанією і навряд чи коли-небудь ще скористаються її послугами. А ті, хто ставить наймінімальніші бали, можуть дійти і до написання негативних відгуків в інтернеті або книзі скарг. З урахуванням доступності інформації в інтернеті, критика і негатив із боку цієї категорії може завдати істотної репутаційної шкоди компанії, негативно позначаючись на продажах і демотивуючи її співробітників. Особливі неприємності компанії можуть заподіяти активні користувачі інтернету, які своїми діями можуть «відвадити» від компанії багатьох потенційних клієнтів, тиражуючи негатив на сайтах відгуків про компанії, соціальних мережах, блогах і сайтах товарних агрегаторів.

Фінальним етапом є проведення розрахунку, формула розрахунку NPS виглядає так:

$$NPS = \frac{\text{Кількість промоутерів} - \text{Кількість критиків}}{\text{Загальна кількість учасників відгуків NPS}} \times 100\% \quad (1)$$

Цю формулу варто інтерпретувати так: наприклад, ми зібрали з наших покупців всього 100 відгуків, з них 5 відгуків були отримані від «критиків» (0 – 6 балів), 10 відгуків були отримані від «нейтралів» (7-8 балів) і інші 85 відгуків дісталися від «промоутерів», обдарувавши нас високими оцінками в 9-10 балів. З 85 ми віднімаємо 5, 100 на 100 потрапляє під скорочення, і ми одержимо підсумкове значення NPS, що дорівнює 80. Показник може бути від – 100 (екстремально низьке значення, коли всі покупці є «критиками») і до 100, коли всі покупці – «промоутери».

На додаток до основного питання також може здаватися ще одне або кілька уточнювальних питань, наприклад – «Чому Ви поставили саме цю оцінку? Дайте відповідь, будь ласка, як можна докладніше і бажано наведіть приклад». Або, залежно від поставлених балів, задається те чи інше уточнювальне запитання. Наприклад, якщо покупець поставив 9 або 10 балів, то йому пропонується додатково відповісти на питання «Що Вам особливо сподобалося ...», а тим, хто оцінив в 0-8 балів задається питання «Що на Ваш погляд варто поліпшити ...». У деяких випадках дослідження NPS може проводитися для оцінки лояльності партнерів по бізнесу і навіть серед власних співробітників, яким задається питання «порекомендуєте ви роботу в нашій компанії своїм знайомим, друзям?».

Як правильно інтерпретувати отриманий розрахунок NPS Retently Sentiment:

Знання показника NPS наочно демонструє «репутаційну вагу» компанії в очах клієнтів і розрахунок цієї метрики є непоганим індикатором з розряду «а чи все у

нас в порядку»? Таким чином, простота розрахунку, швидка швидкість збору даних і сумісність з основними гравцями по галузі є основними перевагами цього методу. Загальне правило методики NPS говорить: «показник не має бути негативним».

Позитивне значення показника сигналізує про те, що частка прихильників «промоутерів» компанії перевищує кількість «критиків», отже, є певний потенціал до природного росту клієнтської бази лише завдяки лояльності покупців, у тому самому випадку, коли задоволений клієнт приводить ще одного клієнта.

Нульовий або негативний показник говорить про те, що кількість «критиків» превалює над кількістю «промоутерів», а це зі свого боку є чітким сигналом до відсутності потенціалу зростання клієнтської бази і навіть можливого відтоку покупців через низький рейтинг компанії.

Оскільки метрика лояльності NPS проста в розрахунках і зрозуміла всім, її можна взяти за орієнтир як загальноприйнятий стандарт і використовувати як порівняння з показниками інших компаній у цій же галузі, наздоганяючи лідерів або збільшуючи відрив від конкурентів. Хорошим вважається індекс NPS приблизно від 50 і вище. Деякі експерти вважають, що за такого рівня можна навіть обійтися без реклами, тому що клієнтська база збільшується сама собою, однак це не у всіх випадках так. Якщо індекс значно менше ніж 50, то це ще не привід для паніки. Наприклад, якщо індекс вашої компанії всього 20, але в середньому у конкурентів по галузі і того менше (10 і нижче), то в цьому випадку ваш індекс на тлі конкурентів буде високим.

Дослідження NPS, проведені для різних сегментів корпоративного бізнесу показують, що в різних галузях можуть бути свої норми (так звані референсні значення) клієнтської лояльності. У авіакомпаній цей показник знаходиться на рівні 15. У туристських фірмах 30. У різних країнах ці цифри також можуть відрізнятися. Тому логічним буде не порівнювати між собою показники компаній, що функціонують на різних ринках.

Варто зазначити, що індекс потрібно періодично оновлювати. Повторний розрахунок індексу зазвичай рекомендується робити не частіше ніж раз на квартал і не рідше, ніж раз на рік.

Висновок. Підсумовуючи усе вище викладене, можна сказати, що дослідження індексу лояльності NPS дає змогу скорегувати дії в управлінні компанією, звернути увагу на слабкі місця в обслуговуванні клієнтів та вжити заходів щодо їх усунення. Також необхідно звернути увагу на складання переліку питань, які будуть використані у дослідженні.

Література

1. Герпотт Т. Й. Эмпирические исследования лояльности клиентов / Т. Й. Герпотт // Проблемы теории и практики управления.— 2001. — № 4. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/13_6_00.htm (эл. ресурс)
2. Кеворков В. Лояльность. Формирование и повышение / В. Кеворков // Бизнес-журнал "Bizz Kiev". [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://bizkiev.com/content/view/522/205> (эл. ресурс)
3. Составляющие стоимости программ лояльности. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.itoil.ru/Download/2008/AZK_best_practices/ (эл. ресурс)

20. WELLNESS-ТУРИЗМ ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Маховка В.М., к.е.н.,

Білан В.В., студент,

*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка
м. Полтава*

Сучасне життя характеризується великою динамікою, перевантаженнями стресами та емоційними коливаннями, тому в сучасному суспільстві виникла потреба в якісному оздоровчому відпочинку, який представлений оздоровчим та лікувальним туризмом. Проте дедалі більшої популярності набувають нові види відпочинку, зокрема wellness-туризм, який асоціюється зі SPA-курортами, термальними ваннами чи іншими методами оздоровлення з використанням води.

Термін «wellness» у науковій літературі з'явився порівняно недавно та означає прекрасний стан як тіла, так і душі, релаксацію, поживлення сил організму через активну оздоровчу діяльність. Під таку дефініцію потрапляють не тільки поїздки на курорт, а й інші поїздки з метою лікування, наприклад, для операції в зарубіжну клініку [3]. Розглянемо більш детально сутність поняття «wellness», яке за версією American Heritage Dictionary означає гарний стан фізичного і духовного здоров'я як результат правильного харчування, фізичної активності і корисних звичок». Слово «wellness» походить від англійських слів «well-being» (добробут) та «fitness» (натренованість, здоровий стан організму) і вперше було надруковане в Оксфордському словнику у 1654 році [1].

Оздоровчий (wellness) туризм приваблює туристів, які подорожують з метою проведення активної діяльності, яка сприяє підтримці чи покращенню їх особистого здоров'я та самопочуття. У своїх пошуках вони спираються на унікальність та традиційність місцевих методів терапії, чого не можуть знайти у межах своєї батьківщини. Зазвичай такі туристи поєднують оздоровлення із профілактичними підходами покращення здоров'я та якості життя [2].

Wellness-туристи можуть отримувати процедури, дуже схожі на ті, які використовуються медичними туристами, але відмінність полягає в мотиві – збереження і зміцнення їхнього здоров'я, запобігання хвороби, а не лікування вже наявної патології.

Wellness-туризм, у свою чергу, може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси) [2].

Висновок. Wellness-туризм це вид відпочинку, який сприяє формуванню найбільш ефективної моделі для залучення суспільства до здорового способу життя. wellness-туризм передбачає розробку спеціалізованих програм в основі яких лежить методика підбору для кожного окремого туриста комплексу оздоровчих процедур, що враховуватимуть його фізичні, фізіологічні, психічні та психологічні властивості, тип темпераменту, стан здоров'я, вік тощо. Індустрія wellness-туризму набуває все більшого розвитку, а wellness-

відпочинок стає складовою частиною життя. Зростання щоденного навантаження на здоров'я приводить у спеціалізовані заклади wellness-туризму все більше клієнтів у всьому світі. Wellness-індустрія на сьогоднішній день це не лише один із сегментів міжнародного туристичного ринку, а й самостійна економічна галузь зі своїми сформованими попитом і пропозицією, нормами та правилами.

Література

1. Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities / Global Spa Summit 2010. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/gss_spasandwellnessreport_final.pdf. – Заголовок з титулу екрану.
2. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit? / Research Report: Global Spa Summit 2011/ – [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf. – Заголовок з титулу екрану.
3. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Затверджено МОН / Мальська М.П., Антонюк Н.В. – К., 2008. – 661 с.

21. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ ПРИ РОЗМІЩЕННІ І ОБСЛУГОВУВАННІ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ

Маршаленко М., асистент,

Кропива О., студент,

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

В світі збільшується частка людей з особливими потребами в загальній структурі світового населення, вони є вагомим сегментом потенційних клієнтів, не охоплених різного роду сервісом через низький рівень доступності сервісної середовища.

Матеріалом для дослідження стали сучасні статті та монографії по даній темі. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналіз опис методи узагальнення та абстрагування.

Більшість високорозвинених країн світу створюють сприятливі умови для життєдіяльності людей з інвалідністю, що призводить до активізації їх громадської і трудової діяльності, підвищенню достатку і потреб у різного роду сервісному обслуговуванні (у тому числі готельний, ресторанний сервіс, туристичні послуги).

Важливу роль в забезпеченні доступності сервісного середовища відіграє держава, як гарант забезпечення соціальних потреб своїх громадян. До основних законодавчих актів, що регулюють питання захисту прав людей з інвалідністю в Україні можна віднести в першу чергу Конституцію України, а також Закони України: «Про основи соціальної захищеності інвалідів України», «Про реабілітацію інвалідів в Україні», «Про планування і забудову територій», «Про захист прав споживачів», «Про транспорт», «Про міський електричний транспорт», «Про дорожній рух» та інші.

Особливого значення для розвитку соціальних інновацій у вітчизняному готельному бізнесі набуває дослідження практичного досвіду соціально-інноваційної діяльності провідних готельних підприємств світу, серед яких слід відмітити:

Парк-готель - пансіонат для літніх людей європейського рівня - на відміну від західних країн, держави що утворилися на пострадянському просторі практично не в змозі забезпечити літнім людям, які потребують догляду, належний рівень утримання та обслуговування. Цю функцію взяли на себе парк-готелі для літніх людей, що надають соціальні послуги європейського рівня, а саме: проживання, догляд і лікарська допомога;

Спортивно-реабілітаційний готельний комплекс в місті Москва (2 зірки) розробив проект спільно з Всеросійським товариством сліпих (ВТС) "Соціальний туризм для людей з вадами зору". В цьому комплексі запропоновано відпочинок по 2 напрямках:

Напрямок (за проектом): участь людей з інвалідністю в рамках програми ВТС.

Напрямок (індивідуально): участь всіх бажаючих осіб без інвалідності: родичів, друзів або супроводжуючих осіб на пільгових умовах у віці від 14 до 70 років.

Соціальна відповідальність турецьких готелів, що спеціалізуються на медичному туризмі - готелі Lykia Group надають найкращий сервіс та умови для реабілітації туристів після операцій та медичних процедур. Для цього готелі обладнані всім необхідним, передбачений медичний персонал, котрий індивідуально обслуговує кожного клієнта.

Готелі мережі Scandic піклуються про людей з особливими потребами. «Спроековано для всіх, зручно для кожного» - девіз мережі Scandic. В усіх номерах для людей з особливими потребами передбачені додаткові пристосування. Готелі мережі відрізняються один від одного, але в кожному є номери, пристосовані для гостей з особливими потребами.

Впровадження стратегії універсального дизайну потребує значних змін у самому проектуванні (універсальне проектування). Проблема виникає у неспроможності застосування даного підходу готельними підприємствами, які функціонують на базі реконструйованих старих будівель. Архітектурні особливості таких об'єктів практично унеможливають перетворення планувальної організації будівлі та приміщень під вимоги універсального дизайну.

Універсальне проектування готельного підприємства – це процес створення просторів, предметів максимально зручних для всіх гостей, незалежно від їхнього віку, фізичних чи когнітивних можливостей, без необхідності використання допоміжних чи компенсаційних засобів або вузько спрямованих спеціалізованих рішень. Наприклад, відсутність сходинок або порогів біля входу в готель зробить його пристосованим як для людини з порушеннями опорно-рухового апарату, так і для людей з дитячою коляскою або транспортним візком; зовні стандартні, але ширші двері будуть зручними і для людини на інвалідному візку, і для будь-якої особи з валізами у руках.

Висновок. В сучасних конкурентних умовах кожна сервісна організація повинна функціонувати за принципом «сервіс, доступний для всіх». Соціальні інновації є сучасним трендом, який підхоплюють підприємства готельного господарства, отримуючи можливість задовольнити максимальну кількість потенційних клієнтів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші мало мобільні групи населення.

Література

1. Віноградська О. М. Соціальні технології: конспект лекцій / О.М. Віноградська, Л.О. Белова. - Харків, ХНАМГ: 2009. - 135 с.

2. Розметова О. Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства / О.Г. Розметова. // Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=561>.

22. ПРИНЦИПИ УНІВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ В ГОТЕЛЯХ

Маршаленко М., асистент,

Крилиенко К., студент,

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

Останні 20 років використовувалися різноманітні підходи і терміни для визначення архітектурної пристосованості/доступності об'єктів громадського користування для осіб з інвалідністю при проектуванні та спорудженні будівель і приміщень.

Матеріалом для дослідження стали сучасні статті та монографії по даній темі. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналіз опис методи узагальнення та абстрагування.

Загальновизнаними є 7 принципів універсального дизайну.

1. Принцип 1: Рівноправне використання - принцип рівності та доступності середовища для кожного — це надання однакових засобів для всіх користувачів: з метою уникнення уособлення окремих груп населення.

2. Принцип 2: Гнучкість у користуванні - дизайн має забезпечити наявність широкого переліку індивідуальних налаштувань та можливостей з врахуванням потреб користувачів.

3. Принцип 3: Просте та зручне використання - дизайн має забезпечувати простоту та інтуїтивність використання незалежно від досвіду, освіти, мовного рівня та віку користувачів.

4. Принцип 4: Сприйняття інформації, незважаючи на сенсорні можливості користувачів.

5. Принцип 5: Припустимість помилок - дизайн повинен звести до мінімуму можливість виникнення ризиків та шкідливих наслідків випадкових або ненавмисних дій користувачів.

6. Принцип 6: Низький рівень фізичних зусиль - дизайн розраховано на затрату незначних фізичних ресурсів користувачів, на мінімальний рівень стомлюваності.

7. Принцип 7: Наявність необхідного розміру і простору при підході, під'їзді та різноманітних маніпуляціях, незважаючи на фізичні розміри, стан та ступінь мобільності користувача.

Висновок. Забезпечення доступності дає можливість вести незалежний спосіб життя та брати участь у всіх його аспектах, передбачаючи суттєві реконструкції бар'єрної інфраструктури.

Література

1. Влащенко Н. М. Інноваційні технології в готельному господарстві : навч. посібник / Н.М. Влащенко. - Харків : Вид-во ТОВ «Друкарня МАДРИД», 2014. - 128 с.

23. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мірзодаєва Т.В., к.е.н.,

Терлецька А.В., студент,

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

Логістика туризму - новітній науково-практичний напрям, в якому вивчають логістичні особливості туристичної галузі, зокрема застосовують логістичні засади до її організації та менеджменту. Використання логістичних принципів і прийомів в управлінні туристичними фірмами дає змогу значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу шляхом зменшення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів.

Комплекс складових туристичної послуги охоплює засоби розміщення та харчування туристів, засоби їх транспортування, програмно-екскурсійного забезпечення, інформаційного й фінансового обслуговування тощо. У функціональному аспекті як окрема туристична послуга, так і її складові передбачають логістичні функції постачання, виробництва та збуту. Тому кожен складову можна розглядати як окрему логістичну підсистему, а потім оптимізувати роботу туристичного комплексу певного рівня загалом: локального (тур), мікро (турфірма), мезо (туристичне господарство області, туристичної зони чи курортного міста), макро (туристична індустрія держави), мега (туристичний комплекс регіону світу чи інтеграційного об'єднання), мета (світовий туризм). За допомогою логістичного підходу розв'язується проблеми сталого розвитку туризму, збереженості та відновлення рекреаційно-туристичних ресурсів; зменшуються (а в ідеалі їх слід виключити) ризики погіршення екологічної ситуації, знижується якість валяних туристичних послуг, загрози здоров'ю та безпеці туристів. Отже, такий підхід може бути основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в країні та її регіонах [1].

Успішне функціонування туристичного підприємства у сучасному конкурентному середовищі забезпечується використанням таких важливих інструментів як удосконалення систем управління діяльністю організації в цілому, реорганізація виробничого процесу, застосування нових ефективних методів менеджменту, що могли б забезпечити оптимізацію засобів досягнення поставлених цілей.

Логістику турфірми розглядають як один із засобів ефективного менеджменту в туризмі. Турфірма визначає логістику як ефективний підхід до управління туристичними, матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в туристичному комплексі з метою зменшення витрат на виробництво і реалізацію туристичного продукту. Результатом логістизації туристичної діяльності є необхідний обсяг турпакетів, що

пропонують на конкурентному ринку, де їх реалізують у певний час із відповідним узгодженням замовлень і транспорту [2].

Вивчення туристської логістики та необхідності впровадження концепції логістики в управління підприємством знайшли своє відображення в наукових дослідженнях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Ю.Ю. Лола, А.А. Гвозденко, І.А. Соколов, В.С. Пономаренко, К.М. Таньков, Т.І. Лепейко, Є.В. Крикавицький, І.І. Бажин, А. М. Гаджинский, А. Г. Кальченко, Д.Д. Костоглодов, О.М. Тридіда, В. Пономаренко, В.Г. Банько та інші. Найбільш суттєві дослідження висвітлені у працях І.Г. Смирнова, він вважає що логістика турфірми – це специфічна логістична діяльність у туризмі, сутність якої полягає у плануванні, управлінні та контролі операцій, які здійснюють у процесі розробки туру, його формування та доведення готової продукції до споживача згідно з його інтересами та вимогами. Логістика турфірми охоплює також процеси надання, зберігання й обробки відповідної інформації [3].

На даному етапі розвитку економіки послуг у світі та Україні зростає потреба оптимізації туристичного продукту. Як для суб'єктів так і для об'єктів бізнесу, вони приносять чималий дохід, а розумне розширення туристичної сфери, розвиток шляхів та логістичних функцій дозволить покращити результати цього сектору економіки. Туризм потребує сталості економічного становища та нових методів і моделей розвитку. Тенденції конкурентоспроможності туристичної діяльності вимагають максимізації якості пропонованих нею послуг та мінімізації затрат, підвищення рівня соціального ефекту для трансформації туристичного ринку послуг з «ринку продавця» у «ринок покупця».

Висновок. Отже, поняття логістики у сфері туристичних послуг можна визначити як стратегічне і оперативне управління функціями постачання, збереження і транспортування у туристичних підприємствах, метою яких є надання клієнтам послуг очікуваної якості, у відповідному часі й місці, за мінімальних витрат реалізації цих функцій. Логістичне управління туристичними послугами полягає в плануванні, виконанні й контролі якості з урахуванням потреб, можливостей і способів їх надання на шляху від виробника до кінцевого споживача. Необхідність переміщення туристів до місць надання їм послуг підкреслює значущість логістики, яка дає змогу краще задовольняти потреби туристів та забезпечує ефективнішу діяльність туристичних підприємств.

Література

1. Банько В.Г. Туристська логістика : Навчальний посібник. – К. : Дакор, КНТ, 2008 – 204 с
2. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: Уч. пос. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 272с.
3. Смирнов І.Г. Логістика в туризмі: Робоча програма для студентів спеціалізації «Менеджмент міжнародного туризму» (освітньо-кваліфікаційний рівень « Магістр»). - К.: КНУКІМ, 2006.-66с.

24. ДОТРИМАННЯ НОРМАТИВНИХ ЗНАЧЕНЬ З БЕЗПЕКИ В ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСАХ

Накемпій О.К., к.т.н.,

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

Безпека завжди була найважливішою проблемою людства у всіх сферах життєдіяльності. Організація безпечних послуг є важливою складовою ефективного ведення готельного бізнесу. Це обумовлено тим, що в результаті надання неякісних (небезпечних) послуг ймовірність прояву негативних наслідків ризиків різко збільшується і підприємство може зазнати суттєвих втрат, а саме:

- фінансові: штрафні санкції держави за недотримання законодавчо закріплених правил організації безпеки діяльності підприємства; відшкодування матеріальної та моральної шкоди замовникам послуги, судові витрати та ін.;
- втратою іміджу супроводжується відтоком клієнтів, зниженням інвестиційної привабливості компанії;
- майнові: втрата рухомого та нерухомого майна, як наслідок прояву окремих видів ризику (наприклад, пожежа, крадіжка) та ін.

Організацію комплексу заходів щодо забезпечення безпеки готельного бізнесу слід планувати на проектній стадії створення підприємства сфери послуг і забезпечувати підтримання належного рівня безпеки безперервно в процесі надання послуг. Тому дослідження вивчення особливостей організації безпечного ведення бізнесу в сфері готельних послуг і виявлення тенденцій у розвитку комплексу заходів щодо забезпечення безпеки є досить актуальним на сьогоднішній день.

Нами використовувалися такі методи дослідження: індуктивний, дедуктивний, порівняння, аналіз літературних джерел та нормативної документації.

Під безпекою послуги вважається виконання комплексу заходів, пов'язаних із забезпеченням безпеки життя і здоров'я споживача / виконавця послуги, а також його майна, з відсутністю негативного впливу на навколишнє природне середовище (тобто території, де розташований готельний комплекс), регіону і держави в цілому (в разі ризиків терористичної небезпеки - входить в сферу забезпечення національної безпеки) в процесі надання послуги. У процесі відпочинку клієнти не завжди замислюються про свою безпеку, а це, в свою чергу, може стати причиною небажаних наслідків, пов'язаних з ризиком для їхнього життя. Таким чином, в завдання адміністративного персоналу готельних комплексів входить забезпечення комплексу заходів щодо попередження всіх можливих ризиків [1].

У своїй діяльності готельні комплекси, на відміну від інших сфер діяльності, повинні застосовувати багатокомпонентні системи забезпечення безпеки. У такі системи входить: персонал (адміністративно-управлінський, обслуговуючий, служби охорони (безпеки)); технічні і технологічні засоби (електронні замки, сейфи, системи сигналізації та пожежогасіння, відеоспостереження і т.д.). Слід зазначити, що використання зазначених методів не завжди сприяє забезпеченню

максимального комфорту постояльців, але є невід'ємною частиною безпечного ведення бізнесу. Від правильності вибору технічних засобів і систем, заходів організаційного та профілактичного характеру, від їх оптимального поєднання залежить своєчасність реагування та попередження будь-яких чинників небезпеки [2].

Заходи організаційного характеру щодо забезпечення безпеки в обов'язковому порядку повинні включати [1]: регламентацію правил поведінки персоналу підприємства, що відповідає за безпеку; вибір технології здійснення обслуговування в готелі; закріплення правил організації порядку доступу до готельних номерів і службових приміщень та їх охорони; правил доступу до комерційної таємниці і особистих даних клієнтів (забезпечення інформаційної безпеки); затвердження порядку дій персоналу в екстрених ситуаціях.

Аналізуючи фактори ризику, слід зазначити, що однією з найбільш ймовірних загроз безпеки готельних комплексів є ризик пожежної небезпеки (випадкове загоряння, або умисне заподіяння шкоди). По даному напрямку необхідна особливо ретельна опрацювання можливих екстрених ситуацій та впровадження відповідних організаційних і технічних заходів протидії.

У процесі дослідження були узагальнені завдання заходів, які необхідно впроваджувати на підприємствах щодо забезпечення безпеки, а саме: забезпечення збереження майна; охорона безпеки відвідувачів, їх особистого майна під час надання послуг; захист від терористичних загроз; підтримка громадського порядку; забезпечення спокою та конфіденційності відвідувачів; негайні та ефективні дії персоналу в разі надзвичайної події; надання додаткових послуг з підтримки підвищеної безпеки VIP-клієнтам; контроль безпеки праці персоналу; попередження та ліквідація негативних наслідків виявлення ризиків небезпеки

У процесі дослідження особливу увагу також слід приділити рівню інформаційної безпеки, в т.ч. комерційного характеру, яка здатна захистити підприємство і гостей від несанкціонованого доступу до неї сторонніх осіб. Використання сучасного програмного забезпечення і захищених баз даних поряд з іншими заходами сприятиме підвищенню ефективності роботи готелів і досягненню поставлених завдань в області безпеки послуг, що надаються.

Висновок. Узагальнюючи викладений матеріал, необхідно сказати про тенденції розвитку систем безпеки в готелях, які позначені сформованими умовами конкурентної боротьби за клієнта. Менеджмент сучасних готельних підприємств серйозно ставиться до поставлених завдань розвитку безпеки, вкладаючи в даний напрямок значні фінансові кошти (в оновлення технічних систем, навчання персоналу тощо), тим самим забезпечуючи імідж підприємству.

Література

1. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2013. — 168 с.

2. Терехов А.М. Характеристика рисков в гостиничном бизнесе и возможные пути их минимизации / А.М. Терехов // NovaInfo.Ru (Электронный журнал.) – 2015. – № 35.- С. 14.

25. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КСВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

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

Протягом останніх десяти років одним з пріоритетних напрямків розвитку бізнесу є розбудова етичної поведінки із певними зацікавленими групами впливу, яка останнім часом охоплюється поняттям «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ).

Інтерес до концепції корпоративної соціальної відповідальності зростає в геометричній прогресії і стає все більш важливим і актуальним для сучасного менеджменту. Туристичні організації та готельні підприємства докладають серйозних зусиль, щоб визначити аспекти КСВ у своїй діяльності. Ранні визначення КСВ зосереджені на корпоративній діяльності, яка не визначена як економічна чи юридична. Зміна ставлення споживачів з точки зору охорони навколишнього середовища, екології, соціальної відповідальності та зміни споживчих звичок змушує компанії шукати нові альтернативи шляхом інтеграції КСВ у свій бізнес.

У процесі дослідження були використані дані інформаційних інтернет-ресурсів, періодичні видання, підручники. Основними методами, які були застосовані є метод аналізу та синтезу, узагальнення та порівняння.

Корпоративна соціальна відповідальність або КСВ стали звичайною практикою серед багатьох організацій у всьому світі. Політика КСВ може бути успішно використана з точки зору формування позитивного корпоративного іміджу організації серед зацікавлених сторін та суспільства. Інтеграція програм КСВ в організаційні стратегії надає більше уваги питанням навколишнього середовища та суспільства і може бути використана як ефективний механізм вимірювання для оцінки впливу та переваг корпоративного іміджу організацій.

Відсутність обізнаності та знань про стійкість серед вищого керівництва, а також недостатня підтримка з боку уряду є також перешкодою для реалізації КСВ. Підприємства туризму в основному мотивовані до впровадження екологічно чистих практик, коли вони переконані, що вони знизять експлуатаційні витрати і створять конкурентні переваги на ринку. Покращення іміджу, генерування публічності та сприяння пропагандистським можливостям також є головними бажаннями. Окрім цих мотивів, особисті цінності, такі як прагнення до здорового способу життя, а також рівень обізнаності та знань, є дуже впливовими для керівників, які розглядають питання реалізації КСВ у своєму туристичному бізнесі [1]. У сфері індустрії гостинності розвиток стратегії КСВ і практика є актуальними у таких сферах бізнесу: планування проекту, включаючи вибір ділянки, архітектуру, будівництво, зовнішні об'єкти, енерго- та водопостачання, одноразові системи, будинки, продукти напої, програми для (гостьових)

мобільності, зв'язок, ринкові та пункти обслуговування клієнтів (офіси бронювання та прийому). Згідно з дослідженням серед європейських готельєрів щодо їхнього ставлення до навколишнього середовища, «майже 85% готельєрів заявили, що вони беруть участь у певному типі екологічно-орієнтованої діяльності» [2]. Протягом останніх декількох років туроператори та туристичні агентства дедалі активніше займаються впровадженням заходів з КСВ через зростаючу обізнаність та чутливість споживачів до екологічної та соціально відповідальної поведінки. Туроператори, які, як правило, поєднують різні складові подорожі, такі як транспорт, розміщення, відвідування місцевості тощо для створення туристичного пакету, стикаються з надзвичайними проблемами при впровадженні КСВ у свій бізнес, оскільки вони не тільки повинні оцінювати заходи КСВ у власній компанії, але й уздовж ланцюга вартості.

Нещодавно було запроваджено ряд схем сертифікації КСВ як ефективних інструментів для моніторингу, оцінки та вдосконалення практики КСВ в туроператорах або туристичних підприємствах, вони включають TourCert (www.tourcert.org) and Travelife (<http://www.trav-elifelife.info/index.php?lang=en>).

Інтеграція КСВ у місію, а також ключові показники, такі як фінансові дані, кількість працівників, споживання води, електроенергії та тепла, задоволення персоналу та навчальні заходи, серед інших, є відповідними аспектами КСВ, що стосуються цих компаній. Крім того, основні бізнес-операції туроператорів - це екскурсії та подорожі, які вони пропонують, і ці основні операції повинні аналізуватися головним чином шляхом оцінки їхніх ланцюгів вартості.

Висновок. У туризмі, як і в інших секторах бізнесу, концепція корпоративної соціальної відповідальності стала центральним компонентом стратегій компаній. Для успішної роботи в майбутньому туристичним компаніям необхідно буде постійно впроваджувати та реалізувати стратегії КСВ.

Охорона навколишнього середовища, справедливі умови праці для працівників та внесок у добробут місцевих громад є ключовими питаннями стратегій міжнародних туристичних корпорацій. Згідно з останніми публікаціями про тенденції у сфері КСВ, тиск на корпорації на розробку та впровадження стратегій та практик КСВ збільшиться через вимоги споживачів та державної політики (наприклад, зобов'язання щодо звітування, субсидії, податки). Співпраця між секторами та корпоративна прозорість також стануть більш важливими.

Література

1. Corporate Social Responsibility in Tourism.- <https://www.researchgate.net/publication/300332802>.
2. Bohdanowicz P. (2005). European Hoteliers' Environmental Attitudes: Greening the Business. - <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0010880404273891>.

26. РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ

Погуда Н.В., к.е.н.,
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Корпоративна соціальна відповідальність стає вагомим частиним ведення туристичного бізнесу в сучасних умовах. Відповідальність бізнесу перед суспільством вимагає не лише позиціонування підприємства з даної позиції, але й реальних дій, які направлені як на збереження навколишнього середовища, так і покращення умов для персоналу, його розвитку, а також вирішенні соціальних проблем.

Прикладом ефективного ведення відповідального бізнесу є польський досвід реалізації корпоративної соціальної відповідальності як складової сталого розвитку.

Теоретичну основу дослідження складають розробки вітчизняних дослідників та наукові праці відомих вчених із досліджуваної проблематики, законодавство України та досвід Польщі у реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Методи дослідження, які були використані: аналіз та синтез, опис та узагальнення.

Співпраця та партнерство для соціально-ділових відносин, турбота про імідж, краще управління персоналом, покращення відносин з клієнтами та діловими партнерами та охорона навколишнього середовища - це основні напрями діяльності у сфері відповідального бізнесу. Реалізація принципів корпоративної соціальної відповідальності у Польщі ґрунтується на стандарті соціальної відповідальності ISO 26000 у семи сферах: корпоративне управління, права людини, поведінка працівників, охорона навколишнього середовища, обслуговування клієнтів, цілісність бізнесу та соціальне зобов'язання [1]. За аналітичними даними Deloitte, у Польщі щороку проводиться інтернет-опитування підприємств, які займаються реалізацією корпоративної соціальної відповідальності у практичній діяльності, за результатами якого створюється «Список КСВ політик». Основними результатами є популяризація КСВ серед підприємств та підтримання реалізації основних принципів КСВ. Серед підприємств Польщі, які реалізують КСВ найбільш поширеними є три цілі сталого розвитку, а саме вища освіта, ліквідація нерівності та розвиток сталих міст.

Висновок. Отже, підприємства, що беруть участь у реалізації КСВ у сфері туризму беруть на себе відповідальність за проблеми у економічній, соціальній та екологічній сферах.

Література

1. Deloitte Review (2018). Sustainability insights.- <https://www2.deloitte.com/pl/>.

27. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Погуда Н.В., к.е.н.,

Бакай М., студент,

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

Управління персоналом визнається однією з найбільш важливих сфер життя туристичного підприємства, яке спрямоване на підвищення ефективності його роботи. Система управління персоналом забезпечує безперервне вдосконалювання методів роботи з кадрами й використання досягнень вітчизняної й закордонної науки, найкращого виробничого досвіду.

Теоретичну основу дослідження складають розробки вітчизняних дослідників та наукові праці відомих вчених із досліджуваної проблематики.

Оцінка персоналу - це складна система виявлення характеристик співробітників, яка спрямована на те, щоб допомогти керівнику організації в прийнятті управлінських рішень по збільшенню результативності роботи підлеглих. Теоретичний підхід дозволяє виділити дві групи оцінки персоналу.

Перша група включає традиційні методи, до яких відносять атестацію, метод ранжування, метод графічного профілю, метод еталону та оцінку за результатами. Це найбільш поширені методи, які традиційно використовуються підприємствами сфери туризму.

У той час, все більшої популярності та практичної значущості набувають інноваційні методи оцінки персоналу. Найбільш відомими серед другої групи є Grading, збалансована система показників (BSC), метод «360°», метод Assessment Center, метод управління за цілями (MBO) та метод оцінки за ключовими показниками ефективності діяльності (KPI).

Кожен з інноваційних методів спрямований на виявлення як особистих якостей співробітника (деякі з них на початковому етапі під час відбору є дуже дієвими), так і ефективності його роботи у межах як відділу, де він працює, так і на ефективність роботи всього туристичного підприємства.

Висновок. Отже, вибір методу оцінки персоналу залежить від цілі, яку перед собою ставить керівник підрозділу. Однак, в сучасних умовах, більшу ефективність мають інноваційні методи оцінки персоналу, які дозволяють комплексно оцінити як потенціал співробітника, так і його професійні навички та уміння.

Література

1. Кузьмін О.Е. Основи менеджменту: підручник / О.Е. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Академ. видавн., 2003. – 416 с.

28. РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРИРОДНО-АНТРОПОГЕННИХ ОБ'ЄКТІВ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

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

Дніпропетровщина має значний потенціал для розвитку туристичної індустрії: вигідне географічне положення, сприятливі природні та кліматичні умови, історико-культурні пам'ятки, традиції тощо.

На сьогодні дослідження природно-антропогенних рекреаційно-туристичних ресурсів різних регіонів України все більше набуває актуальності. Дніпропетровська область має достатньо широкий спектр природно-антропогенних об'єктів, тому має значний потенціал для розвитку туристичної індустрії.

Для дослідження рекреаційно туристичного потенціалу природно-антропогенних об'єктів використовувалися матеріали обласного управління статистики та методи порівняння, аналізу, узагальнення, абстрагування, синтезу.

У Дніпропетровській області проводиться діяльність щодо розвитку і розширення заповідних територій, а заповідна справа розглядається як головний засіб для комплексного вирішення важливих екологічних проблем, таких як збереження біорізноманіття, відновлення та підтримка екологічного балансу в біосфері в умовах техногенного забруднення. За останні п'ять років відбулося збільшення площі заповідних об'єктів області на більш як 15 тис. га, серед них заказники загальнодержавного значення «Бакаї», «Преображенський», «Дебальцевські лимани», «Вишневський», «Мар'їн гай», «Петропавлівські лимани», «Кам'янський прибережно-річковий комплекс», регіональний ландшафтний парк «Придніпровський», ландшафтні заказники місцевого значення «Тернівський», «Балка Городище» і «Урочище Могила Баба». Станом на 01.01.2018 мережа природно-заповідного фонду області становить 178 об'єктів загальною площею 96333,99 га або 2,93 % площі області. Із них 31 об'єкт – загальнодержавного значення на площі 33103,86 га, та 147 – місцевого значення на площі 63230,13 га [1].

Висновок. У Дніпропетровській області проводиться значна робота щодо розвитку і розширення заповідних територій. Заповідна справа розглядається як головний засіб для комплексного вирішення не лише важливих екологічних проблем, таких як збереження біорізноманіття, відновлення і підтримка екологічного балансу, а й для розвитку туристичної індустрії регіону.

Література

1. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища у Дніпропетровській області за 2017 р. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://adm.dp.gov.ua/storage/app/media/EKOLOGI_A/regionalna_dopovid_za_2017_rik_ekologia.pdf

29. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Рябко А.В., студент,

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

Сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості, використання майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону.

Сільський туризм визначається як один із напрямів рекреаційної діяльності, що забезпечує людині активний відпочинок у більш екологічно чистих районах, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.

З кожним роком число бажаючих відпочити у екологічно чистій місцевості в максимально природних умовах збільшується. Тобто, зелений туризм у Волинській області має усі шанси створити гідну конкуренцію комфортабельним туристичним комплексам та готелям.

У роботі використано матеріали обласного управління статистики. Застосовані методи аналізу статистичної інформації.

Складовими сільського туризму є сільська місцевість, сільське життя, історико-культурна спадщина та можливість реалізації послуг (кінні прогулянки, рибальство, пішохідні маршрути, сільськогосподарська продукція тощо).

Для функціонування такої форми відпочинку необхідна добре налагоджена соціальна інфраструктура – мережа об'єктів соціально-культурного значення – магазини, пошта, лікарня, оздоровчі заклади, об'єкти культури (музеї, виставкові зали, дім культури та інше), стадіони, школи, позашкільні заклади, розташовані неподалік [1].

Головною ланкою організації відпочинку на селі виступає сільська родина, яка надає туристам житло, забезпечує їх харчуванням і знайомить з особливостями сільської місцевості.

Розвитку зеленого туризму в досліджуваному регіоні сприяють такі передумови:

- природні ресурси регіону зберегли свою рекреаційну здатність і є привабливими для інвестування;
- м'який лікувальний мікроклімат;
- наявність родовищ мінеральних вод 4-х типів;
- лікувальні грязі представлені торфами та сапропелями;
- значні площі в межах області займають лісові масиви. Лісистість території становить 34,8%;
- наявність у лісах грибних та ягідних місць;

- унікальні озерні комплекси з чистою і прозорою водою, чудовими піщаними пляжами, естетичною різноманітністю ландшафтів;
- 3 території водно-болотних угідь міжнародного значення;
- наявність багатих мисливських угідь;
- можливість харчуватися екологічно чистими та дешевими продуктами;
- значна кількість культурно-історичних пам'яток, археологічних знахідок, пам'ятників архітектури;
- наявність трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- етнографічна різноманітність, що представлена народними ремеслами, фольклором, національним одягом і інше.

У Волинській області зелений туризм набув особливого поширення у Шацькому та Ківерцівському районах. Також перспективними районами для розвитку сільського зеленого туризму є Ратнівський, Ківерцівський райони, також Ковельський, Луцький, Любомльський, Старовижівський та Турійський райони. У 2017 році у Волинській області офіційно зареєстровано 298 агросадиб, які розташовані в 7 районах. Найбільше їх у Шацькому (144), Ківерцівському (47), Ковельському (41), Маневицькому (18), Любомльському (17), Турійському (16) та Ратнівському (15) районах [2].

Проте реально їх функціонує набагато більше. Наразі проводять сертифікацію цих господарств. За всеукраїнською програмою «Українська гостинна садиба» їм будуть присвоювати певну категорію якості та рівня надання послуг.

Активна пропаганда зеленого туризму у Волинській області здійснюється на обласному рівні через інформаційно-консультативне і маркетингове забезпечення. Базові центри зайнятості уклали понад 400 угод про співпрацю із сільськими радами.

Висновок. Отже, зелений туризм – одна з найперспективніших сфер в туристичному бізнесі Волинської області. Він здійснює позитивний вплив на відродження, збереження і розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, історико-культурної спадщини регіону, зменшує кількість безробітних, а також розширює можливості реалізації продукції господарств селян.

Література

1. Лужанська Т.Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи / Т.Ю. Лужанська, С.С. Махлинець, Л.І. Тебляшкіна. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.
2. Сільський туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.volyntravel.com.ua/uk/objects/list?objecttypes=rural_tourism.
3. Blanke J. Measuring Ukraine's travel and tourism compaititiveness // The Ukraine competitiveness report 2008: towards sustained growth and prosperity. – Geneva : WEF, 2008. – 266 p.

30. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Сірік Є.О., студент,

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

Готельні ланцюги – об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес, які підпорядковуються єдиному керівництву, а також використовують спільну торгову марку та концепцію просування товару на ринок. На сьогодні таке явище як «готельні ланцюги» стає дедалі популярнішим. Зокрема, у сучасному світі склалося більше 300 готельних ланцюгів, що об'єднують понад 50% світового номерного фонду.

В процесі дослідження використовувались такі наукові методи, як узагальнення, порівняльного аналізу, аналізу та синтезу, що в цілому дозволило визначити та обґрунтувати можливі шляхи виходу українських готельних операторів на світовий ринок послуг, визначити фактори впливу на цей процес, оцінити основні проблеми та окреслити перспективи.

Вплив готельних ланцюгів на індустрію гостинності достатньо великий. Саме готельні ланцюги розробляють і впроваджують в практику роботи «своїх» готелів певний мінімум стандартів, процедур, правил і вимог. Саме на цьому ґрунтується основний принцип ланцюга – повне дотримання стандартів для всіх його членів. Жорсткість контролю над готельним підприємством визначається тим, наскільки централізоване управління.

За даними Американської асоціації готелів і мотелів (АН & МА), в даний час в світі існує всього 11 готельних груп, чий сумарний номерний фонд перевищує 100 000 номерів. Це Cendant Corporation (США), Bass Hotels & Resorts (Великобританія), Choice Hotels (США), Best Western (США), Marriott International (США), Starwood Hotels & Resorts (США), Promus Hotel Corporation (США), Accor (Франція), Patriot American Hospitality Inc. (США), Hilton Corporation (США), Carlson Hospitality Group (США). У свою чергу, в кожен з цих груп входить кілька готельних ланцюгів.

Метою об'єднання готелів, по-перше, є забезпечення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг за рахунок високої якості обслуговування, що досягається завдяки підтримці стану основних фондів (якість споруд, оформлення інтер'єрів, оснащення), а також кваліфікацією персоналу, безпекою клієнта та його майна. Другою причиною об'єднання готелів є забезпечення економічної ефективності діяльності за допомогою стабільного та гарантованого завантаження готелів. Таким чином, ланцюг дозволяє мінімізувати витрати на резервування, маркетингові дослідження, рекламу, підготовку кадрів.

У Європі існує Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського економічного співтовариства (ХОТРЕК), яка займається питаннями координації функціонування готельних ланцюгів і асоціацій незалежних готелів та ресторанів.

Таким чином, можна виділити основні переваги готельних ланцюгів, які забезпечують стрімкий розвиток та неперевершений успіх мережевих компаній в готельному бізнесі:

1. Можливість придбання великих партій товарів і послуг за великооптовими цінами. У силу того, що власник мережі керує декільком об'єктами, він може робити великооптові закупівлі й у наступному пропонувати іншим підприємствам – членам мережам устаткування для номерів, білизну, мийні засоби, предмети санітарно-гігієнічного призначення тощо за низькими цінами.

2. Економія витрат на підготовку персоналу. Як правило, мережа здійснює централізовану підготовку кадрів, що значно скорочує витрати кожного члена мережі окремо. Крім того, участь у мережі робить доступними для його членів послуги високооплачуваних фахівців-експертів у певних сферах, оплата вартості яких кожному готелю окремо було б проблематично.

3. Ефективне просування готельних послуг на ринок і економія на рекламних заходах. Проведення організованої рекламної кампанії завжди потребує значних витрат, що дуже відчутно для бюджету окремих незалежних готелів. Готельні мережі дозволяють своїм членам розподіляти між собою витрати на рекламу і просування, так що усі можуть скористатися результатами рекламної кампанії. Крім того, рекламну функцію виконує торгова марка мережі.

4. Використання централізованої системи бронювання, що дозволяє підвищити завантаження номерного фонду всіх підприємств – членів мережі.

5. Використання централізованої системи бухгалтерського обліку, проведення загальних маркетингових досліджень, будівництво, здійснення операцій з нерухомістю. Переваги полягають у тому, що фахівці, зайняті в цьому, можуть обслуговувати всі готелі, які входять в мережу, що істотно скорочує відповідні витрати кожного члена мережі окремо.

6. Інвестування. Групі готелів, що здійснюють колективний бізнес, легше обґрунтувати одержання інвестицій, мобілізувати капітал і направити його на розширення і підвищення ефективності своєї діяльності

Висновок. Бурхливе зростання туризму у світі викликало активне розширення готельної індустрії у всіх країнах. Зростання життєвого рівня і конкуренція туристської пропозиції породжують все більш різноманітні послуги. Значне пожвавлення на ринку готельних послуг спостерігається практично у всіх країнах Європи. Про вражаюче зростання рентабельності європейських готелів повідомляють численні дослідження. Як показує аналіз існуючої інформації, практично в усіх країнах світу є «ланцюги» готелів, що належать всесвітньо відомим фірмам, або більш дрібним власникам. Особливо великий вплив готельних ланцюгів спостерігається в США. Раціональна ідея, яка народжується в одному кільці готельного ланцюга, оперативно впроваджується в інші, що приносить одразу ж значні результати.

Література

1. Байлик С.І. Готельне господарство. Проблеми, перспективи, сертифікація. – Київ: ВІРА-Р, 2001. – 208 с.

31. МЕТОДИЧНИЙ НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ САМОДІЯЛЬНОЇ ТУРИСТСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сологуб Ю.І., к.геогр.н.,

Рудєв І.М., ст. викладач,

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

Методичний напрям діяльності самодіяльної туристської організації передбачає розробку та впровадження методичних матеріалів, навчальних посібників та підручників, путівників та інших матеріалів для проведення занять по різних напрямам спортивно-оздоровчого туризму, різних вікових категорій та базової підготовки слухачів.

Якісне методичне забезпечення багато в чому визначає високу якість роботи спеціалістів тієї або іншої галузі. Це стосується і туристсько-екскурсійної справи, зокрема діяльності самодіяльної туристської організації.

Питанням методичного забезпечення діяльності туристського клубу увага приділялась давно. Результатом цього стали розробки на місцях різноманітних інструктивно-методичних матеріалів, а в окремих випадках – друковані посібники для робітників туристських закладів.

Необхідно гарантувати єдиність у методичному забезпеченні трудової діяльності туристського клубу, при умові чіткого підходу до змісту і структурі методичних матеріалів.

Конкретні (приватні) методичні розробки повинні виконуватися на основі типових розробок і застосовуватися в залежності від умов роботи кожного окремого туристського закладу.

Велике різноманіття методичних матеріалів, які використовуються туристським клубом, дозволяють провести їх класифікацію за декількома ознаками:

за напрямками та розділам роботи – на організаційні, учбові, виховні, культурно-масові, фізично-оздоровчі, природоохоронні, з питань забезпечення безпеки, надання першої допомоги та ін.;

за місцем часу використання – на передсезонні, передпохідні, похідні, післяпохідні, оперативні;

за видами туризму та способом пересування туристів – пішохідні. Водні, лижні, кінні та ін.;

за рекомендованою формою використання – на службові, демонстративно-ілюстровані, відкритого користування, роздаткові;

за способом передачі інформації та використаним запасом засобів – на текстові, графічні (малюнки, фотографії, карти, схеми), наочні (зразки мінералів, рослин, комах, продукції місцевих народних промислів), звукові (магнітофонні записи розмов, музики, звуки природи), комбіновані;

за джерелом та місцем розробки – на матеріали, які розроблені та складені туристським клубом, Державною туристською адміністрацією,

Федерацією спортивного туризму України, Туристський спортивний союз України.

До інструктивно-методичних відносяться матеріали, які мають керівне, нормативне значення у роботі туристського клубу. Це різноманітні інструкції, накази, розпорядження, постанови, положення по організації роботи туристського клубу, маршруту або окремих форм діяльності туристів, плани та графіки, нормативи забезпечення, розпорядок дня, маршрутні документи та ін.

До інформаційно-краєзнавчих матеріалів відносяться, в основному, краєзнавчі описи і характеристики, туристські карти, схеми маршрутів, фотографії, ізопродукція, проспекти, листівки, що дозволяє надати туристу необхідні відомості про район подорожі і маршрут.

Додатковими матеріалами являються відомості про пропонуємі набори продуктів та спорядження, адреси, проїзд, розклад роботи різноманітних організацій, визначальники, словники, довідники, а також рецепти, нормативи, положення та інше, що має частково інструктивно-методичний або інформаційний характер, але щоденно не пов'язане з роботою туристського клубу і необхідне йому лише для довідок та уточнень.

Бланкові матеріали можуть бути представлені формами маршрутної документації, бланками заявок, вимог, бланками протоколів прийому заліків, довідок про проходження маршруту та іншими аналогічними формами, які призначені для подальшого заповнення і використання у якості документа.

При усій різноманітності перерахованих матеріалів до них повинні висуватися деякі загальні вимоги. В першу чергу: системність, функціональність, інформаційна насиченість, лаконічність, практичність.

Висновок. Методичні матеріали включають набір методичних розробок, порад, рекомендацій, програм, тематику, плани окремих занять та їх циклів, конспекти, тексти, сценарії заходів з необхідними вказівками форми, місця, часу їх проведення з врахуванням специфіки складу туристської аудиторії та інших конкретних умов.

Література

1. Благодійний Фонд розвитку учнівського краєзнавства і туризму. “Знати, щоб діяти”. Інструктивно-методичний збірник. – К.: 1998.
2. Дехтяр В.Д. Основи оздоровчо-спортивного туризму: Навч.Посіб. для закл.освіт. – К.: Наук.світ, 2003. – 203 с. – Бібліогр.: с.200.
3. Никишин Л.Ф., Коструб А.А. Туризм и здоровье. – К.: Здоровье, 1991. – 222 с.
4. Спутник туриста / А.В. Бирюков, И.Я.Брауде, Б.Е.Владимирский и др.; сост. К.И.Вахлис. – К.: Здоровье, 1991. – 360 с.
5. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч.Посіб./ Передм.В.А.Смолія. – К.: Вища шк., 2002. – 195 с.:іл.

32. ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ДЛЯ ІНВАЛІДІВ

Сологуб Ю.І., к.геогр.н.,

Матвієнко К.О., студент,

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

На туристичних ринках багатьох країн світу відбуваються значні зміни: до загального туристичного простору залучені люди з інвалідністю, а розробка спеціальних туристичних програм з урахуванням доступності для цієї категорії туристів створює рівні можливості для реалізації прав кожної людини на відпочинок. Туризм для такої категорії людей у нашій країні є порівняно новим напрямом діяльності, його соціальна значимість зумовлена, зокрема, тим, що кількість осіб із різними видами інвалідності зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що вивчення проблеми вітчизняними авторами не можна вважати достатнім. Широкий спектр проблем розвитку туризму для людей з інвалідністю в Україні свідчить про необхідність посиленої і комплексної уваги з боку держави й суспільства. Незважаючи на наявність розробок як теоретичного, так і науково-практичного характеру, залишаються недостатньо вивченими питання розвитку туризму для людей з інвалідністю в Україні. Окремі аспекти туризму для людей з інвалідністю були предметом дослідження вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема О. Анікеєвої, А. Ахметшина, А. Бавельського, А. Бастрикіної, А. Волошинського, В. Горбацьо, Я. Грибальського, С. Дарсі, Л. Жирак, Г. Зоріна, Е. Лиханос, Т. Скальської, М. Сварника, Д. Смирнової, К. Яковлевої, О. Топалової та ін.

Туризм для людей з інвалідністю – це нове соціокультурне явище, яке відрізняється низьким ступенем вивченості. Туризм для інвалідів є необхідним видом туризму у кожній країні. Це один із тих видів туризму, що сьогодні найбільш інтенсивно розвиваються. Фахівці у галузі туризму підраховали, що регулярно подорожують 2,5 млн. людей з обмеженими можливостями. Цей ринок поки що важко назвати масовим. Але останні 10 років експерти відзначають динамічне зростання у цьому сегменті туристичного ринку.

Туризм для людей з інвалідністю є досить новим напрямом туризму порівняно з рекреаційним чи пізнавальним, хоча значення термінів, які визначають, що таке туризм для людей з інвалідністю, уже багато років є предметом наукових дискусій. Проаналізувавши різні джерела інформації, можна зробити висновок, що, говорячи про туризм для інвалідів, за кордоном найбільш часто вживають такі поняття: «доступний туризм» (accessible tourism), «туризм для усіх» (tourism for all), «безбар'єрний туризм», «туризм для людей з обмеженими можливостями». Туризм, доступний для усіх – це форма туризму, що передбачає процес співробітництва учасників туристичного процесу, що дозволяє людям, які мають потребу в доступі,

зокрема пов'язану з мобільністю, зором, слухом і когнітивними функціями, функціонувати незалежно, справедливо та доступним шляхом, надання їм розробленого на принципах універсального дизайну продуктів туризму, послуг та середовищ». Отже, «туризм, доступний для усіх», або доступний туризм, передбачає доступність туристичних об'єктів і установ щодо пристосування та адаптації інфраструктури для людей з обмеженими фізичними можливостями.

Н. Маньшина пропонує використовувати термін «інклюзивний туризм» (від фр. «включає у себе», лат. include – «укладаю», «включаю»), що означає процес розвитку туризму, який передбачає доступність туризму для усіх щодо пристосування інфраструктури туристичних центрів і об'єктів туристичного показу до різних потреб усіх людей, зокрема інвалідів, літніх осіб, їхніх опікунів та членів сімей, людей із тимчасово обмеженими можливостями, сімей із маленькими дітьми.

Висновок. Отже, створення умов для забезпечення доступності туристичних послуг інвалідам виходить сьогодні на одне з перших місць у системі стратегічних цілей розвитку туризму багатьох країн. У зв'язку з цим теоретичні та методичні проблеми туризму для людей з інвалідністю усе активніше розглядаються дослідниками.

Література

1. Ахметшин, А. М. Туризм для лиц с ограниченными жизненными возможностями: Социологический аспект / А. М. Ахметшин / Моск. госуд. ун-т сервиса. – М., 2004. – 180 с.
2. Войтовська А.І. Особливості інклюзивного туризму [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/vojtovska.htm.
3. Волошинський О., Горбацьо І., Мацелюх А., Сварник М. Теорія і практика організації активного відпочинку та туризму для неповносправних осіб: навч. посібник / О. Волошинський, І. Горбацьо, А. Мацелюх, М. Сварник. – Львів: ТОВ «Простір М». – 2009. – С. 110-112.
4. Квартальнов В. Туризм социальный: история и современность: [Учеб. пособие для ИПК ту-рист.-экскурс. кадров]/ В. А. Квартальнов, В. К. Федорченко. - К.: Выща шк., 1989. - 341 с.
5. Монастирський В. Організація туризму для осіб з обмеженими можливостями у Львівській області / В. Монастирський // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – Львів, 2012. – Випуск 29. – Ч 2. – С. 164-169.
6. Науменко Л. Ю. Інклюзивний туризм як вид реабілітації: сучасні потреби інвалідів / Л. Ю. Науменко, В. В. Лепський, С. В. Макаренко, І. С. Борисова, О. В. Семененко // Український вісник медико-соціальної експертизи. - 2015. - № 2. - С. 23-26. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujmse_2015_2_7.
7. Чайковський М. Є. Теорія і практика соціально-педагогічної роботи з молоддю з особливими потребами в умовах інклюзивного освітнього простору / М. Є. Чайковський. – Старобільськ, 2016. – 46 с.

33. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Сологуб Ю.І., к.геогр.н.,

Ситенька К.І., студент,

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

Чернігівщина володіє унікальними історико-культурними, рекреаційними та трудовими ресурсами. Подальший розвиток туристичної сфери Чернігівщини потребує активізації досліджень нових форм інноваційних технологій та управлінських методик для створення якісних та конкурентоспроможних туристичних продуктів у даній області.

Одним з основних напрямів технологічних інновацій є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг.

Сучасні програмно-технічні інтерактивні інформаційні системи, сприятимуть розширенню можливостей туристичних підприємств області. Ці системи запам'ятовують і зберігають інформацію про минулі заявки і клієнтів, на підставі якої можна визначити найкращі напрями просування продукту з урахуванням демографічних факторів, інтересів, кращих засобів розміщення тощо.

Інформація про клієнтів може бути зібрана з різних джерел: телефонних розмов, Інтернет мережі, інформаційно-довідкових кіосків, туристичних інформаційних відділів.

Головним елементом виходу туристичної галузі Чернігівської області на якісно новий рівень є застосування продуктових інновацій, а саме створення нових туристичних продуктів, освоєння нових сегментів туристичного ринку, освоєння нових туристично-рекреаційних територій, залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів. Перспективним є розвиток слаборозвинених форм туризму, насамперед, зелений туризм, активний, екологічний та оздоровчий, рекреаційний туризм. Вони потребують розробки стратегії розвитку з застосуванням найновіших технологій, механізму розвитку індустрії та інвестицій. Також необхідно зосередитись на покращенні туристичної інфраструктури та розвитку лікувального та рекреаційного видів туризму шляхом залучення інвестицій для реконструкції існуючих та будівництва нових засобів розміщення.

Висновок. Впровадження інформаційних систем і нових технологій є головним напрямком розвитку туристичної сфери. Цей шлях сприятиме перетворенню області в туристичний центр України, зростанню привабливості регіону серед вітчизняних та іноземних туристів, поповненню обласного бюджету, підвищення рівня життя населення та розвитку даної галузі.

Література

1. Кіндрик Т.О. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України / Кіндрик Т.О.. – «Ефективні інструменти сучасних наук – 2010».

34. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЕСІЛЬНИХ ТУРІВ

Сологуб Ю.І., к.геогр.н.,

Чапля К.Ю., студент,

Національний університет харчових технологій

(НУХТ), м. Київ

Туристичний бізнес намагається задовольнити будь-які запити своїх клієнтів. Серед запитів молоді особливою популярністю користується весільний туризм. Весільну церемонію трактують по-різному. Так, у словнику Ожегова «весілля - шлюбний обряд». Великий енциклопедичний словник дає своє пояснення - «весілля - обряд, що супроводжується укладанням шлюбу».

Весільний туризм відрізняється чіткою, зрозумілою, індивідуальною програмою перебування в іншій країні. Молодятам надають найкращі номери, подарунки, акції. В таких турах завжди є красиві костюми, на відміну від звичайного туризму, багаті столи, а обряди поєднують старовинні і сучасні традиції. В програму входять романтичні вечери на березі океану, розкішне оформлення номерів для першої шлюбної ночі, шикарні знижки, круїзи на лайнерах і яхтах. Як бонус молодятам адміністрація готелю дарує шампанське, в номер подають сніданок, а для подорожей розробляють ексклюзивний маршрут.

В процесі розробки туру оператор повинен володіти вичерпною інформацією про заклади розміщення, екскурсійні програми, трансфер, необхідні документи, заходи безпеки і норми поведінки, що вимагає досконального вивчення товару, що продається. Для кожної пари розробляється спеціальна програма, тому що весільний тур потребує індивідуального підходу.

Набір країн, де жителі України мають всі шанси виконати офіційну реєстрацію шлюбу, досить обмежений. В Європі це Австрія, Англія (Шотландія), Італія, Ісландія, Чехія, Хорватія, Словенія, Греція, Крит, Кіпр. За межами Європи шлюб можуть зареєструвати в USA (Лас-Вегас), Карибському регіоні (на островах Куба, Ямайка, Барбадос, в Домініканській Республіці), Індонезії (Балі), на Сейшельських островах, на півострові Маврикій і Шрі-Ланці. За своїм характером усі весільні церемонії поділяються на офіційні і неофіційні. На сьогоднішній день існує список країн, де можна без проблем укласти свій шлюб офіційно. На відміну від офіційних, неофіційні церемонії проводяться практично скрізь.

Висновок. Досить велика кількість молодих пар вирушають у весільну подорож в європейські країни, де можна познайомитися з цікавими і культурними весільними церемоніями і обрядами. Але як показує практика, більшість наших співвітчизників все-таки вважають за краще реєструвати свої стосунки в своїй країні, а в інші країни вони вирушають у весільну подорож.

Література

1. Великий енциклопедичний словник - СПб., 2006 - 3000 с
2. Ожегов С.І. Словник російської мови - М.: Російська мова, 1984. – 950 с.

35. ОЦІНКА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЗАКАРПАТТЯ

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

Історико-культурні ресурси є важливою складовою туристично - рекреаційного потенціалу. Пам'ятки історії і культури відіграють особливу роль у розвитку туристичної діяльності, являючи собою наочне свідчення таланту українського народу, його тисячолітньої історії. Крім того, історико-культурні ресурси являють собою важливе джерело поповнення державного та регіонального бюджетів.

Історико-культурні ресурси характеризуються високою популярністю серед туристів, задовольняють їх попит у пізнанні навколишнього світу, сприяють змістовному проведенню вільного часу.

Найбільшою особливістю цих ресурсів є те, що вони мають повсюдний характер розташування, адже кожна місцевість вирізняється своєю історією, традиціями, їх потенціал можна вважати необмеженим.

У нашій державі історико-культурні об'єкти практично не оцінені як туристичні ресурси, більшість визначних пам'яток не включена у туристичні маршрути, що приводить до їх використання в обмежених масштабах. Все це відчутно впливає на вітчизняний туристичний бізнес, який, за прикладом зарубіжних країн, при належній рекламі може давати значний економічний і соціальний ефект.

У процесі дослідження були використані матеріали обласного управління статистики. Застосовано методи аналізу та обробки даних.

Закарпаття має значний потенціал для того, щоб стати осередком туризму світового рівня.

Запорукою ділової та інвестиційної активності у туристично-рекреаційному комплексі (ТРК) є ефективне освоєння та використання існуючого туристично-рекреаційного потенціалу, що значною мірою визначається наявністю, розвитком та економічною діяльністю мережі підприємств туристично-рекреаційного обслуговування, які складають матеріально-технічну базу та інфраструктуру туризму.

Закарпаття є найбільш насиченим пам'ятками історії та культури регіоном в Україні. На державному обліку перебувають 1839 пам'яток археології та історії монументального мистецтва, з яких 6 — державного значення, понад 50 старовинних дерев'яних церков, 13 середньовічних замків, близько 20 готичних храмів та багато інших об'єктів.

Пам'ятки історії та культури повинні більш успішно використовуватися як атрактивні місця для екскурсій та демонстрацій самобутньої культури Закарпаття. З-поміж 26 фортець України — пам'яток історії та архітектури, які дійшли до нас із часів середньовіччя, третина знаходиться на Закарпатті.

На території області збережено 118 дерев'яних церков, збудованих упродовж останніх п'яти сторіч. В області на облік взято понад 700 пам'яток історії та культури, у т. ч. понад 100 пам'яток архітектури. Багато споруд збудовано за проектами визначних українських архітекторів. Деякі споруди являють собою визначні досягнення в галузі світової архітектури.

На Закарпатті представлено майже всі європейські архітектурні стилі від пізньовізантійського, романського, готичного, трохи ренесансу, барокового, класичного, романтичного і до стилів кінця XIX — початку XX ст. — сецесіону, еклектики, функціоналізму, конструктивізму.

Культура регіону здатна викликати в потенційних туристів найсильніший спонукальний мотив до подорожі. Тому збереження культурної спадщини і його раціональне використання мають визначальне значення для стійкого залучення туристичних потоків і збереження популярності конкретного туристичного напрямку.

На рівні з традиційними видами туризму в останні роки розвиваються такі специфічні види туризму, як, наприклад, історичні тури, котрі висвітлюють таємниці Закарпатської історії.

Оптимальне використання потенційних можливостей туристично-рекреаційних ресурсів, підприємств туристичного бізнесу й історико-культурного потенціалу дозволить не тільки покращити економічну ситуацію, але й матиме вплив на соціальний рівень життя населення та на розвиток інфраструктури в конкретному регіоні.

Висновок. Дане дослідження розкриває роль Закарпаття для розвитку туризму нашої держави. Розкриває наявність в області усіх перспектив для подальшого розвитку туризму, базуючись не лише на природні ресурси, а й на історико-культурні.

Література

1. Історико-культурна спадщина України. – К., 1998.
2. Завада В.Т. Архітектурна спадщина України як об'єкт туризму. Регіональний аспект // Туристично-краєзнавчі дослідження. Випуск 1. Частина друга. - К.: Інститут туризму. - С.23-28.
3. Карпатский рекреационный комплекс // Долишний М.И., Нудельман М.С., Ткаченко К.К. и др. - К.: Наукова думка, 1984.- 148 с.
4. Кузик С.П., Касянчук З.О. Оцінка туристичної придатності території Карпат // Карпати. Український міст в Європу: проблеми і перспективи. Тези доп. Міжн. наук.-практ. конф.-Львів, 1993.-С. 100-103.
5. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України: навч. посібник / Любіцева О.О., Панкова Є.В. — К. : Альтерпрес, 2007.
6. Шандор Ф. Архітектурні пам'ятники Закарпаття // Туризм спадщини в Західній Україні. — У. : Ліра, 2001.

36. ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Чергінець В.М., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

З розвитком ринкових реформ в Україні, посиленням конкуренції між суб'єктами господарювання, виникає проблема забезпечення їх конкурентоспроможності, що є головною передумовою підтримання стійких позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. Успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби обумовлюється здійсненням постійного моніторингу позицій на ринку, дослідженням сильних та слабких сторін власної господарської діяльності і конкурентів, здатністю пристосовуватись до змін ринкових ситуацій.

Методика комплексного дослідження конкурентних переваг підприємства ґрунтується на маркетинго-орієнтованому підході до управління підприємством і включає дослідження галузі, тобто вивчення стану і тенденцій розвитку ринку в цілому й активності конкурентів зокрема, а також внутрішніх можливостей і компетентностей підприємства.

Процеси формування конкурентного потенціалу взаємообумовлені та взаємопов'язані з процесами ефективного функціонування та розвитку підприємства туристичної індустрії, які впливають на забезпечення економічної безпеки.

Для того щоб залишатися рентабельним у довгостроковому періоді та задля економічної безпеки, підприємство туристичної сфери повинно постійно посилювати зовнішні конкурентні позиції: підтримувати постійне зростання обсягів реалізації; збільшувати відносну частку ринку для підвищення ефективності діяльності підприємства; забезпечувати ресурси для реінвестування – зростання прибутку, залучення нових інвесторів; постійне поповнювання товарного асортименту новими туристичними продуктами; розширювати коло покупців тощо.

Висновок. Для досягнення визначених цілей та завдань, підприємством туристичної індустрії при побудові стратегії конкурентних переваг з метою забезпечення їх економічної безпеки, неодмінно повинно бути враховано, як власні виробничі потужності підприємства так і величну та змінність зовнішнього попиту на туристичні продукти, що дасть можливість об'єктивно виокремити свої позиції на конкретному ринку та вибрати правильний вектор процесу управління на ньому.

Література

1. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. – Вид. 2-ге. – К.: КНЕУ 2006. – 152 с.
2. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

37. ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: ПСИХОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ

Чугасва Н.Ю., к. психол. н.,

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

На початку ХХІ століття все більшої актуальності набуває розвиток туристичної галузі, яка в умовах жорсткої конкуренції характеризується різноманітними інноваційними напрямами.

Зокрема, нещодавно у Парижі у парку розваг «le Jardin d'Acclimatation», було відкрито програму «Wild Immersion», яка приваблює відвідувачів віртуальною подорожжю у тваринний та рослинний світ.

Такий інноваційний напрям туристичної сфери, на нашу думку можна назвати віртуальним.

З нашої позиції професійного психологічного підходу зазначимо, що віртуальний туризм має декілька суттєвих переваг: пізнавальність; екологічність; безпечність; економічність.

З іншої сторони, віртуальна подорож може стати своєрідним психологічним мотиватором до планування реальної сімейної подорожі до країн, чия флора та фауна викликали найбільший інтерес.

Що стосується дітей, то такі заходи можуть бути початковим етапом до формування у майбутньому професійної спрямованості до туристичного бізнесу.

На іншому боці світу, у Малайзії дівчата-аніматори навчаються у «Школі русалок». Оскільки русалка за своїм походженням є міфічною істотою, то туристичні заходи за їхньою участю також належать до числа віртуально-туристичних, тому що включають у себе задіяння роботи уяви, як психічного процесу, що проявляється під час соціально-психологічної взаємодії всіх учасників розважальних заходів, а саме туристів, наставників з плавання, так і власне «русалок»-аніматорів.

Взагалі, на наш професійно-психологічний погляд, такі туристичні заходи носять ознаки у тому числі і психологічно-рекламного походження, оскільки сприяють підвищенню атрактивності туристичних об'єктів та країн, в яких вони знаходяться.

Висновок. Отже, знання психології українською та англійською мовами є невід'ємною складовою процесу формування професійної компетентності успішних майбутніх спеціалістів у галузі туристичного бізнесу, тим самим підвищуючи їхню конкурентоспроможність, тому що дозволяє студентам глибше зрозуміти навчальний матеріал професійно орієнтованих дисциплін.

Література

1. Сайт парку розваг «le Jardin d'Acclimatation» [Електронний ресурс]: - Режим доступу <http://www.jardindacclimatation.fr/en/activities/wild-immersion>
2. У Малайзії відкрили "Школу русалок" [Електронний ресурс]: - Режим доступу <https://podrobnosti.ua/2286790-u-malajz-vdkrili-shkolu-rusalok.html>

38. МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Шелухіна Д.О., студент,
*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Для кожного підприємства підвищення продуктивності є однією із важливих складових системи менеджменту, бо на сьогоднішній день праця людей спрямована на прибуток та збагачення. Туристичні підприємства не є винятком, тому існують шляхи для стимулювання персоналу.

На сучасному етапі розвитку економіки пріоритетним напрямом в управлінні персоналом стає творче, продуктивне, інтелектуальне становлення працівника, спрямоване на досягнення високих показників діяльності підприємства.

Стимулювання праці визначає умови, в яких діяльність працівника дає найбільш ефективні результати, та стає умовою, за допомогою яких людина має можливість задоволення своїх особистих потреб і амбіцій, і формує у неї внутрішній мотив для праці.

Методи стимулювання праці діляться на матеріальні (грошові, негрошові) та нематеріальні (організаційні, соціально-психологічні).

Провідну роль у мотивації працівників займають матеріальні грошові стимули, до яких відносяться заробітна плата, премії та надбавки до зарплати. Матеріальні не грошові стимули підвищують кваліфікацію персоналу та покращують професійні якості працівників. Роботодавець оплачує навчання, курси іноземної мови, бізнес-поїздки, інсентив-тури, тощо.

Нематеріальні організаційні методи регулюють працю за допомогою наказів, розпоряджень, інструкцій керівництва, тощо. Нематеріальні соціально-психологічні стимули створюють умови для підвищення продуктивності праці. Наприклад, можливість підвищення та додаткового вихідного дня, або отримання авторитету у керівництва та колег.

Існують також нестандартні методи мотивації. Високу ефективність зарекомендував метод публічної похвали та метод рейтингів. Сутність полягає у виставленні досягнень одних робітників перед іншими. Наприклад, створюється звання «Кращий працівник місяця, тижня» та підкріплюється матеріальною винагородою.

Психологічний клімат займає не останнє місце у формуванні продуктивності праці колективу. Спокійна та дружня атмосфера буде в тому числі формувати позитивний імідж підприємства. Для цього потрібно проводити колективні заходи, аби працівники мали можливість поспілкуватися поза роботою; враховувати психологічну сумісність колег, що проводять час в одному приміщенні; вчасно та ефективно регулювати конфлікти, що можуть виникати.

Висновок. Отже, методи для стимулювання праці на туристичних підприємствах складні та різноманітні. Вибір системи залежить від того, наскільки велике підприємство, як саме фінансово забезпечено та від обраної стратегії менеджменту.

39. SELECTION OF PLACE TO STAY WHILE TRAVELLING

Lukianets H.H., PhD,

Kovalchuk O., Master's student,

National University of Food Technologies

(NUFT), Kyiv

While planning travel of any kind or purpose – tourism, business, rest etc. – it is always hard to choose the best option. Modern accommodation market offers a range of different types to stay for different people with any demands, but two of them are most popular for the past years and will stay on top in future as well – apartments and hotels. So what to choose?

Firstly, we checked popular booking on-line services such as booking.com, expedia.com and hotels24.ua. According to the research, results differ depending on the booking system, but in general the number of apartments offered is 2-3 times bigger. If we compare room area and space of living, it is approximately equal, i.e. hotels and apartments offers similar area if compared to each other.

By conducting an experiment on our own experience we noticed some good and bad things about both types of accommodation, summarized in the Table 1.

Table 1 – Comparing characteristics of apartments and hotels

Criteria	Apartments	Hotels
Location	All over the city in the residential houses	Rooms in one house
Place of living	Whole flat	Common hotel rooms
Food and drinks	Not provided	On guest's choice
Additional services	Transfer and information services	All variety of additional services
Check-in comfort	Need to collect keys somewhere out of house	Reception on the place

Summarizing the results of the table, we can see that services and facilities depend on travel purposes, because for different purposes people chose residence and type of accommodation that suits them more. As a result of observation we have specified some key features of both types of accommodation.

Hotels:

Advantages:

- High level service
- Convenient check-in
- Parking space
- Daily cleaning
- Additional services in the same place
- High interest to your wishes

Disadvantages:

- Quite expensive, especially for 3 people and more
- Not enough area in the room
- A lot of other tourists near you, crowded
- Food only in cafes, restaurants etc.

Apartments:

Advantages:

- Absence of other tourists
- Quality and price ratio
- Ability to see everyday life of people and city
- Ability to cook and eat at home
- Enough area for convenient stay
- Comfortable for families and companies
- Ability to choose any place to stay

Disadvantages:

- No parking in most situations
- No everyday cleaning
- Sometimes inconvenient to check-in

Decision to choose apartment over hotel or visa versa may also vary depending on the country. While in Europe and the USA apartments are quickly getting the preferred option for travelers, in Asia hotel is believed to be a better alternative. Main reasons for that are lack of English language competence in locals as well as absence of even basic knowledge of oriental language of western travelers. However, there is no doubt that apartment often provide more freedom and is better money-saving variant regardless of location.

Experts believe that travelers' or tourists' choice is often influenced by the duration of stay in the foreign city or country. Hotels suit better for short-term visits as they may provide competent assistance on behalf of hotel staff, moreover they usually cooperate with travel agencies, so could provide city tours, car rentals, bike hire, etc.

On the contrary, long-term stay, i.e. few weeks and more, may require more possessions on traveler side, thus demanding bigger living space, customer-tailored conditions and adjustments, which could be mostly possible at private apartments.

Conclusion. In the end, we can make a conclusion that choice depends on travel purposes and number of guests, and then we can choose the most appropriate type of accommodation.

For companies, families and tourists who want to see the city and feel the spirit of it, it is better to choose apartments, because it is bigger, more comfortable and you can stay in apartments the way you live in your everyday life.

For business people or guests, who love attention it is better to choose hotels due to level of service and more trust to hotels comparing with apartments. Also, having meals, additional services and living in one place is more comfortable for them.

References

1. Hall C. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Harlow: Pearson Education Ltd. – 2000. – P. 298-317.

Наукове видання

**VIII ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ,
ПРИСВЯЧЕНА 135-РІЧЧЮ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

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

19 - 20 березня 2019 р.

Відповідальний за випуск **О.В. Кузьмін**

Комп'ютерна верстка

Підп. до друку 15.03.2019. Ум. друк. арк. . Наклад 25 пр.
Зам. №

НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.