

«Вплив інноваційних змін на розвиток суспільства: управлінські та соціально-економічні аспекти»

СЕКЦІЯ 6. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

УДК 174-057.15

Ю.В. Бах, студент гр. ГРС-3, ФБСО

С.Б. Саннікова, ст. викладач

Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ. АДМІНІСТРАТИВНА ЕТИКА

Людина живе і працює в суспільстві. А це означає насамперед дотримуватися законів і норм співіснування, стандартизованих відносин між членами суспільства. Це називають соціальною культурою. Цю галузь культури люди відпрацьовували протягом багатьох століть. Соціальна культура – явище загальнолюдське, вона є ознакою будь-якого суспільства, але, у свою чергу, має національні, тобто етнічні, особливості. Це все також стосується і культури спілкування та поведінки людей в різних видах їхньої діяльності – економічній, політичній, професійній тощо. Із проявами соціальної культури кожна людина зустрічається постійно й щодня. Людині потрібно бути серед людей різного виду діяльності. Норми культурного (етичного) спілкування, етикетні правила доволі непрості та їх ще й багато. Але вони все ж полегшують спілкування, встановлюють стандарти поведінки та роблять людину більш впевненою в собі, даючи можливість передбачати поведінку колег та партнерів по бізнесу, створювати належну атмосферу спілкування, зосереджуючись на важливих справах.

Адміністративна культура є складовою частиною соціальної культури, виконує регулятивну функцію. Ця функція являє собою реалізацію ідеалів, цільових прагнень суспільства, цінностей, зразків поведінки за допомогою нормативних механізмів переваг, дозволів і заборон, системи відповідних санкцій. Адміністративна культура існує в певному соціальному контексті і відображає його. Навряд чи варто очікувати від державної установи демократичних проявів діяльності, якщо в суспільстві домінує авторитаризм. У ньому не може існувати жодна інша, крім адміністративно-командної, культури, побудованої на жорстких принципах бюрократичної регламентації пірамідального характеру.

Адміністративна культура включає в себе в якості власної передумови професійну культуру. Її особливість полягає в тому, що вона має єдину ментальну основу (бюрократичну свідомість) і різні ефективні характеристики людської діяльності. Адже серед службовців знаходяться інженери, менеджери, економісти, юристи та інші представники різних професій. Тому суб'єктом професійної культури в адміністративному середовищі виступає не сама професія, а сформована корпорація чиновників.

Адміністративна етика – вид професійної етики, наука про застосування моральних принципів і норм діяльності й поведінки посадових осіб незалежно від рівня управління, дотримуючись яких, керівник визначає моральні стандарти розв'язання проблем, що можуть виникнути всередині організації, самостійно аналізує ці стандарти й несе особисту відповідальність за прийняті рішення.

Адміністративна етика досліджує такі проблеми:

- визначення складових адміністративної етики;
- питання дотримання адміністративної етики;
- особливості взаємних стосунків як усередині організації, так і зв'язків із зовнішнім середовищем.

Адміністративна етика досліджує всі моральні аспекти діяльності керівників і містить такі основні компоненти: цінності – переконання, думки, взаємостосунки індивідів, ставлення соціальних груп і суспільства в цілому до таких питань, як свобода, справедливість, відповідальність тощо; стандарти і норми – принципи, що визначають дії людей відповідно до законів, кодексів і правил; особливості зовнішнього середовища; організаційна поведінка – різні форми діяльності службовців, орієнтовані на цінності конкретної організації в рамках визначених стандартів і норм.

Фактично адміністративна етика вирішує такі проблеми:

- виявлення позитивних та негативних рис у поведінці посадових осіб;
- виявлення факторів впливу на їх високomorальну поведінку;
- визначення організаційних заходів щодо формування моральних принципів.

Від успішного розв'язання цих питань залежить моральний клімат в організаціях різного профілю. Світова практика та історичний досвід свідчать про те, що адміністратори підприємств та установ повинні

мати не лише професійні знання, вміння та навички, а й такі моральні якості, як чесність, справедливість, відповідальність перед законом, ставлення з повагою до співробітників, самодисципліна.

Останнім часом звертається особлива увага на такі риси, якими має володіти адміністратор як підприємець: компетентність, рішучість, уміння швидко приймати рішення, високий рівень відповідальності, працездатність, гостре відчуття специфіки ділової ситуації, чесність, комунікабельність. Культуру поведінки та культуру спілкування людина не отримує в спадок. Культурі треба вчитися, користуючись посібниками та довідниками, в яких інформація викладена системно й докладно. Той, хто хоче створити імідж культурної людини, з якою приємно спілкуватися і співпрацювати, має постійно працювати над собою, використовуючи різні джерела інформації, в тому числі і спостереження за колегами. Спілкуючись, людина висловлює свої думки, бажання, почуття. В спілкуванні виявляється характер стосунків між друзями та колегами по роботі. Адміністративна етика як складова адміністративної культури – це побудова службових стосунків відповідно до норм моралі, прийнятих в суспільстві.

Список використаної літератури:

1. Ткаченко Т. І., Гаврилюк С. П. Економіка готельного господарства і туризму : навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2005. 179 с.
2. Адміністративна етика. URL: <https://www.pharmacencyclopedia.com.ua/article/8087/administrativna-etika>.
3. Структурні компоненти культури. URL: <https://studies.in.ua/soc-ekzam/3257-struktur-n-komponenti-kulturi.html>.

ЗРОСТАННЯ ПОПУЛЯРНОСТІ БЕЗЛАКТОЗНИХ МОЛОЧНИХ НАПОЇВ СЕРЕД СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Вплив лактози на організм людини є досить неоднозначним, і ще з середини ХХ сторіччя точаться дискусії щодо цього питання. Вченими було помічено, що у дітей вживання молока зменшує ризики лихоманки та респіраторних інфекцій. Загалом лактоза відіграє не останню роль у формуванні та розвитку новонароджених, вона сприяє імунному та неврологічному розвитку, формує енергетичні та структурні молекули. Але, на жаль, іноді у немовлят виявляються певні генетичні модифікації, через які проявляється вроджена непереносимість лактози, симптомами якої можуть бути діарея, ацидоз і гіперкальціємія, які швидко розвиваються з початку грудного вигодовування. Під час такого захворювання з раціону дитини виключають будь-які форми молока. Однією із причин повної непереносимості лактози у дорослих вважаються захворювання, що спричиняють пошкодження або втрату тонкої кишки. Під час таких захворювань втрачаються кишкові ворсинки, а разом із ними зменшується кількість кишкової лактази. Окрім захворювань, пов'язаних із непереносимістю, є ще декілька чинників, які спонукають споживачів відмовитися від споживання молока, одним із яких є наявність різних патогенних збудників, таких як *Salmonella spp.* і *Escherichia coli*. Іншим чинником є публікації окремих досліджень, які заявляють про певний зв'язок між регулярним споживанням молока та дещо вищим рівнем ризику виникнення ракових захворювань [1].

Сучасна промисловість виготовляє велику кількість напоїв, які можуть замінити звичайне молоко: це різні види рослинного молока, а також безлактозне молоко, яке виготовляється шляхом попереднього розщеплення лактози у молоці на глюкозу і галактозу. Серед рослинного молока найкориснішими видами вважається мигдальне та соєве. Мигдальне молоко має високий вміст мононенасичених жирних кислот та високу кількість поживних речовин, включаючи білки, клітковину, вітамін Е та марганець. Соєве молоко є джерелом, що багате на вміст білків (близько 30...40 %) та жирів (до 20 %).

Також існують такі види молока, як рисове та кокосове. Рисове вирізняється великою кількістю вуглеводів, містить більше цукру, ніж звичайне коров'яче молоко. Такий продукт може бути альтернативою для людей із алергією на соєві боби та мигдаль. Але дослідження показали, що споживання рисового молока, як альтернативи коров'ячому, без належного догляду, може призвести до недоїдання через різницю в поживних речовинах. Кокосове молоко є унікальним за своїм поживним складом і властивостями: споживання кокосового молока, за рахунок кокосових жирів, які містять лауринову кислоту, сприяє підвищенню рівня ліпопротеїнів високої щільності, що допомагає знизити кількість шкідливих ліпопротеїнів низької щільності у крові.

Для того, щоб слугувати рівноцінним заміником коров'ячого молока, рослинне молоко повинно мати подібний розподіл енергії: тобто на 100 г продукту має бути приблизно 64 ккал енергії, з яких 4,65 г мають складати вуглеводи, що дають 29 % енергії; 3,66 г жиру, що дають 46 % енергії та 3,28 г білку, які дають 21 % енергії. Такий розподіл енергії є найбільш збалансованим у порівнянні із рослинним молоком: велика частина енергії мигдалю та кокосу (приблизно 70 %) надходить із жирів, а приблизно 80 % загальної енергії рису – з вуглеводів. Також потрібно враховувати, що в кокосі присутня значна кількість насичених жирів, які можуть призводити до проблем із серцево-судинною системою, а рис майже повністю складається з крохмалю і є досить поганим джерелом білків і жирів. Окрім цього, потрібно зважати на те, що коров'яче молоко є важливим джерелом кальцію (1,9 мг кальцію/ккал), який необхідний для підтримання здоров'я кісток, особливо в дитинстві та підлітковому віці (мигдаль та соя мають у своєму складі відповідно 0,46 та 0,62 мг кальцію/ккал) [2].

Відмова від лактози та перехід на рослинне молоко стає трендом, і багато людей без жодних медичних причин відмовляється від коров'ячого молока. В той же час, для споживачів, які не мають ніяких розладів, пов'язаних із неможливістю перетравлювати коров'яче молоко, його ненадмірне вживання є корисним. Для виробників ідея виготовлення рослинних заміників молока виглядає досить привабливо, адже додатковою перевагою рослинних молочних напоїв є відсутність холестерину, що сприяє зростанню попиту на ці продукти.

Список використаної літератури:

1. Dekker, P. J. T., Koenders, D., & Bruins, M. J. (2019). Lactose-Free Dairy Products: Market Developments, Production, Nutrition and Health Benefits. *Nutrients*, 11(3), 551. <https://doi.org/10.3390/nu11030551>.
3. Vanga, S. K., & Raghavan, V. (2018). How well do plant based alternatives fare nutritionally compared to cow's milk? *Journal of food science and technology*, 55(1), 10–20. <https://doi.org/10.1007/s13197-017-2915-y>.

**ІВЕНТ-ЗАХОДИ ЯК ОДНА З ФОРМ СУЧАСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Присутність на ринку ресторанних послуг конкуренції змушує керівників та менеджерів закладів шукати методи для збільшення ефективності та розвитку свого бізнесу, впроваджуючи в практику своєї діяльності сучасні форми обслуговування – івент-заходи, які є міцним збуджуючим фактором збільшення потоку відвідувачів закладів ресторанного господарства. Перш, ніж почати планувати та розробляти івент-події, необхідно уважно вивчити профіль клієнтів та відповідність часу проведення.

Для проведення успішного івент-заходу ресторатор повинен бути впевненим, що людям це буде цікаво, а отже, є сенс у проведенні івенту в певний час. У табл. 1 подані приклади цікавих ідей для проведення івент-заходів у закладах ресторанного господарства.

Таблиця 1

Приклади івент-заходів

Івент-захід	Характеристика
Швидке побачення	Заходи знайомств зазвичай приваблюють людей, які вперше в місті, тому вони є чудовим способом представити свій ресторан новим відвідувачам
Художня виставка	Розміщення робіт місцевого художника у ресторані, найкращий час для проведення вечора, для залучення більшої кількості відвідувачів
Лихоманкова ніч 80-х	Музика 1980-х років та заохочення гостей прийти на івент у вбранні в стилі 80-х
Битва барменів	Можна влаштувати щокварталу очні ставки між двома чи більше барменами ресторану. Гості обирають переможця
Вечір меню-сюрприз	Оновлення меню лише на один день. Пропонувати гостям унікальне дегустаційне меню
СПА-ніч	Влаштування спа-вечору – одна з найкращих ідей для залучення натовпу. Для цього лише необхідно найняти масажистів для масажу шиї та плечей та попередньо продати квітки на подію
Ніч для двох	Можна проводити в останню суботу ввечері щомісяця. Головне – створити спеціальні пропозиції для двох та встановити столики при свічках
Чорна п'ятниця	Заохочення гостей перекусити за спеціальними пропозиціями Чорної п'ятниці. Можна не лише об'єднатися з магазинами, але й пропонувати не лише знижки в меню, а й надавати купонні знижки в магазинах-партнера
Благодійні вечори	Проведення тематичного благодійного вечора на честь певної справи. Так, наприклад, благодійний вечір проти раку молочної залози може мати рожеві напої та їжу, щоб відобразити рожеву стрічку справи
Химерна страва	Пропонування оригінальних страв. Фрікшейки особливо популярні, експериментування зі смаками

Джерело: розроблено автором на основі [1,2]

Список використаної літератури:

1. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля. Київ, 2017. С. 328.
2. Поплавский М. М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля. *Питання культурології*. 2017. № 33. С. 186–197.
4. Міценко Н. Г., Лейзерук О. О., Добоні В. В. Сучасні тенденції типізації закладів ресторанного господарства та перспективи їх ефективного функціонування. *Торгівля, комерція, підприємництво* : зб. наук. праць. 2014. № 16. С. 58–63.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – вже давно перетворилося на індустрію, в якій зайняті багато мільйонів професіоналів. Концепція гостинності має тривалу історію розвитку, як і людська культура.

Готельна промисловість – одне із значних економічних складових туризму кожної країни. Індустрія гостинності складається з кількох компонентів, включає засоби розміщення туристів (готелі, пансіонати, будинки відпочинку), надання послуг комунального харчування, організацію спортивних, оздоровчих, пізнавальних та інших заходів, підприємства з виготовлення туристичного спорядження та сувенірів.

Готельний бізнес передбачає формування короткострокового розміщення в колективних та індивідуальних засобах тимчасового перебування та надання послуг, що характеризує індустрію гостинності як економічну діяльність [1, с. 211].

Основний висновок, отриманий авторами: шляхи розвитку сучасного готельного бізнесу склалися в умовах нових соціально-економічних перетворень та змін у менталітеті світового суспільства, а також технологічного прогресу, який дозволив поширити нові засоби для розвитку та вдосконалення готелів та послуг, що пропонуються в них.

Туризм розвивався як один із прибуткових видів діяльності, стимулюючи інтерес до його пізнання та вивчення різними авторами на глобальному рівні, перетворюючи його на міждисциплінарне явище, що має наслідки для всіх виробничих секторів у регіонах [2, с. 81].

Сфера гостинності є найважливішою частиною відпочинку, що виникає і розвивається в процесі зростання у людей можливості переїжджати з одних місць до інших. Ця сфера задовольняє природне прагнення людини як до пасивного, так й до активного відпочинку, з особистим знайомством зі знаменитими пам'ятками природи, історії та культури, зі звичаями і традиціями різних народів.

Туризм (як національний, так і міжнародний) – продукт тривалого історичного розвитку. Передумови його появи лежать у давнині.

Таблиця 1

Періоди становлення індустрії гостинності

Період 1	Регіон 2	Характерні риси 3
II тис. до н.е.	Близький Схід, Азійський регіон, Стародавня Греція	Розвиток ділового туризму, що спричинило появу караван-сараїв як спеціальних пунктів для торговців-мандрівників
I тис. до н.е.	Стародавня Греція	Поява приватних та державних заїжджих дворів, що склалися з огорожі для коней та двоповерхової будівлі, де на першому поверсі розташовувалася таверна, а на другому – спальні. В епоху античності мобільність населення була напрочуд високою, хоча рівень життя був досить низьким. Це було пов'язано з проведенням Олімпійських ігор, для них будувалися різні споруди навколо Олімпу, адже на цю подію з'їжджалися тисячі туристів, включаючи торговців та ремісників з усієї Стародавньої Греції
I тис. до н.е. – I тис. н.е.	Стародавній Рим	Сформовано мережу державних готелів – мансіонів, які розташовувалися спочатку вздовж шосе, а згодом у великих містах. Звичайно, такі готелі були низької якості з погляду комфорту та призначалися для невибагливих мандрівників. У міру зростання вимог мандрівників до умов проживання стало з'являтися багато добре облаштованих та багатих заїжджих дворів, за які несли відповідальність державні чиновники. Індустрія гостинності, що підтримується державою, розвивалася досить швидко і в значних масштабах
Середні віки	Європа	Спрямованість послуг змінилася, місця для ночівлі стали будуватися ближче до храмів і монастирів, це було пов'язано з тим, що більшість мандрівників були місіонерами і священниками
XVII–XVIII ст.	Північна Америка	Виникнення заїжджих дворів в Америці у зв'язку з появою європейських переселенців. Однотипні будинки: житло для господарів, таверна, спальні на верхніх поверхах. Перший 70-кімнатний готель «Сіті-готель» у Нью-Йорку [1, с. 210]

1	2	3
XIX ст.	Північна Америка, Європа	Початок будівництва малих та великих готелів виключно для обслуговування мандрівників. Будівництво першого готелю з ліфтом та електричним освітленням «Еверет» у Нью-Йорку
I половина XX ст.	Північна Америка, Європа	Поява готелів, де влаштовуються конференції. Створюється Міжнародна спілка власників готелів, що об'єднала 1700 готелів світу, та Спілки господарів готелів. Спорудження великих готельних комплексів
50–60-ті рр. XX ст	Північна Америка, Європа, Азія	«Золота ера» гостинності. Одна з головних подій – поява першого мотелю «Холідей Інн», побудованого в 1952 р. Кеммоном Вілсоном. Початок перетворення готельної бази в індустрію послуг та розваг (з'єднання готелів, ресторанів, барів, казино, гральних будинків, курортів). Участь авіакомпаній у будівництві готельних ланцюгів («Хілтон»). Розвиток курортних готелів [1, с. 211]
60-ті рр. XX ст. – до сьогодні	Усі регіони	З 1970 року активно побільшало бізнесменів і внаслідок цього виник попит на бізнес-готелі, призначені для ділових поїздок. Розвиток готельних ланцюгів «Маріот Редіссон». Розвиток готелів класу «апартамент», люкс. Будівництво готелів в історичних спорудах: замках, храмах. Пошук нових концепцій

Виходячи з таблиці, у кожному історичному етапі готельна індустрія набувала чергових характерних рис і з кожним роком переходить на новий виток у своєму розвитку. Виробництво туристичних послуг, комфортність середовища відпочинку та поважна поведінка обслуговуючого персоналу з метою задоволення потреб гостей при гарантії безпеки та психологічного комфорту, при ефективному поєднанні всіх цих властивостей є основною функцією гостинності.

Сфера туристичних послуг охоплює велику кількість підприємств, що займаються різноманітними видами діяльності. На думку більшості дослідників, головними послугами є: готельний, ресторанний, туристичний бізнес. Крім того, слід зазначити діяльність, пов'язану з організацією дозвілля та розваг, та транспортне обслуговування.

Сьогодні індустрія гостинності – міжнародний сектор підприємництва, що динамічно розвивається. Він складається з різних видів обслуговування, кожен з яких ґрунтується на принципах гостинності, характеризується привітністю та люб'язним ставленням до клієнтів. Для численних і різноманітних форм підприємництва, що функціонують на ринку послуг, індустрія гостинності є збірним поняттям [3, с. 190].

У сфері готельного обслуговування туристичні послуги відносяться до соціально-культурних послуг. Їх роль у розвитку внутрішнього туризму зростає, і виникають конкретні завдання у системі розвитку та перепідготовки кадрів для сфери туризму та готельних послуг, оскільки вони засновані на принципах сучасної гостинності.

Список використаної літератури:

1. Гузар У. Є., Голод А. П., Паска М. З. Становлення індустрії гостинності як чинника підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2022. № 3. С. 208–215.
2. Кучерява Г. Індустрія гостинності Франції у контексті сучасних особливостей розвитку світового туризму. *Часопис соціально-економічної географії*. 2020. Вип. 29. С. 80–89.
3. Русавська В. До проблеми становлення закладів індустрії гостинності на вітчизняних теренах: культурно-історичний контекст. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Історія*. 2014. Вип. 1(1). С. 187–191.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

У всьому світі активно розвиваються інноваційні технології, безперечно, що індустрія гостинності не може бути осторонь. Важливість сервісу невинно зростає, бажання людей стають різноманітнішими, а задовольнити їх тепер все складніше. Діяльність підприємств у галузі інновацій з кожним роком має все більше значення, а її головною метою є створення технологій, що важко копіювати, які гарантують підприємству переваги перед конкурентами. Зростаюча роль інновацій допомагає закладам індустрії гостинності значно покращити процес надання послуг та відкриває нові можливості для їх реалізації.

Інновацію у сфері гостинності можна визначити як нововведення, що реалізується на практиці у вигляді нового чи покращеного продукту, процесу чи методу, створене в результаті впровадження нових ідей та знань для кращого задоволення потреб клієнтів готельного підприємства. Відповідно інноваційна діяльність готельного підприємства – це діяльність щодо здійснення та організації інноваційного процесу, який має на увазі під собою створення, освоєння та розповсюдження інновацій [1, с. 115].

Проілюструємо сучасні тенденції інноваційних технологій в індустрії гостинності. Одним із популярних методів стимулювання попиту є програми лояльності підприємств готельної індустрії. Вони дуже впливають на попит. Мета таких програм лояльності – завоювати довіру клієнта, зробити його постійним гостем свого підприємства. Суть такої програми – у наданні різних знижок на послуги готелю, або це може бути надання безкоштовних подарунків, додаткових привілеїв тощо. Зазвичай програми лояльності діляться на кілька рівнів, різні за кількістю набраних гостем балів.

Мобільні програми для готелів також допомагають збільшити кількість клієнтів. Найбільш поширені програми для бронювання номерів. Перевагами мобільного додатка можна назвати зручність та швидкість бронювання. Зазвичай мобільні програми робляться двома-трьома мовами.

Основною тенденцією останнім часом є просування готельного продукту у мережі Інтернет. Для цього готелі створюють свої сайти та мобільні додатки, а також електронні каталоги з детальним описом підприємства та послуг. Багато зарубіжних компаній, таких як Radisson, вже впровадили на своїх сайтах цікаву новацію – віртуальний тур готелем. За допомогою цього нововведення потенційний клієнт може «прогулятися» готелем, подивитися готельні номери, ресторани [2, с. 254].

Готельні підприємства постійно вдосконалюють процеси надання послуг та впроваджують інновації у ці процеси. Наприклад, закордонні готелі відомих готельних брендів таких як «Хілтон», «Холідей Інн», «Хайят» і «Марріотт», встановили в лобі готелів термінали, в яких можна придбати талон та роздрукувати його. Мережа St. Regis пропонує своїм постояльцям нову послугу: бездротовий зв'язок з персоналом за допомогою персональних планшетів.

Роботи у готелі є своєрідним маркетинговим ходом, що приваблює нових клієнтів. За допомогою впровадження роботизованої техніки підприємство створює собі імідж готелю, в якому обслуговують за останнім словом техніки. У Японії відкрився готель Неппа, де 90 % персоналу замінили роботи. Робот-дворецький проходить випробування у каліфорнійському готелі мережі Starwood. Робот може вільно пересуватися готелем, викликати ліфти, доставляти їжу та невеликі речі в номери. При цьому він оснащений спеціальними датчиками, що реагують на рухи, що дозволяють йому не стикатися з відвідувачами. За допомогою сенсорного екрана гість може підтвердити доставку замовлення та оцінити роботу [3, с. 44]. У нью-йоркському готелі Yotel створили робота, який зберігає багаж гостей. Робот створений зі спеціальною механічною рукою, за допомогою якої він бере багаж гостя та переміщає його у секції сховища багажу, а коли це потрібно – повертає.

Таким чином, інноваційна діяльність зарубіжних підприємств індустрії гостинності реалізується у різних галузях. Результатами такої діяльності можна назвати підвищення обсягу продажу, покращення якості сервісу та оптимізацію маркетингових витрат.

Список використаної літератури:

1. Капліна Т. В., Капліна А. С., Куц Л. І. Індустрія гостинності України: тенденція розвитку *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2021. № 2. С. 116–127.
2. Матвійчук Л. Ю., Лепкий М. І., Жадько О. А. Інтеграційні процеси суб'єктів індустрії гостинності України в сучасних умовах. *Товарознавчий вісник*. 2023. Вип. 16. С. 253–262.
3. Олійник О. В., Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Тенденції автоматизації послуг в індустрії гостинності. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 4. С. 41–49.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Алкогольні напої є невід'ємною складовою пропозиції більшості закладів харчування, незважаючи на те, що ризики, пов'язані із помірним вживанням алкоголю і здоров'ям людини, продовжують вивчатись. Частина дослідників безкомпромісно вважає алкоголь отрутою, яка діє насамперед на нервові клітини кори головного мозку, адже механізм дії алкоголю простий. Основою всіх алкогольних напоїв є етанол, який викликає сп'яніння і, потрапляючи зі шлунку в кров, через 2 хвилини після вживання, всмоктується, і через 1...1,5 год. досягається його максимальна концентрація в крові. Вже із крові він надходить до клітин усіх внутрішніх органів, при цьому в першу чергу страждають клітини головного мозку та уповільнюється формування складних рухів. У корі головного мозку етанол пригнічує центри, що відповідають за вияв почуттів: людина втрачає здатність керувати собою, не контролює свої дії і робить необдумані вчинки, які нерідко закінчуються трагічно. Одночасно порушується робота судин головного мозку: відбувається їх розширення, збільшення проникності, що може викликати крововилив у тканину мозку. Люди, які надмірно споживають алкоголь, мають вищі ризики серцево-судинних хвороб, гіпертензії та абдомінального ожиріння, а сам організм втрачає опірність до захворювань.

За підрахунками вчених, вживання алкоголю спричинило 1,78 мільйонів смертей у 2020 році та було одним з головних факторів ризику смертності серед чоловіків віком 15–49 років. Зв'язок між помірним вживанням алкоголю та здоров'ям є складним і загалом висновки дослідників були різними, що частково сприяє тому, що ця тема є суперечливою та залишається предметом дискусій, адже наявні дані свідчать про те, що низький рівень споживання алкоголю пов'язаний із зниженим ризиком наслідків одних захворювань і підвищеним ризиком інших [1]. Разом із тим, існуючий низький поріг споживання алкоголю є занадто високим для молоді в усіх регіонах світу, а якраз-таки більшість населення світу, яке споживає шкідливу кількість алкоголю, становлять молоді люди та переважно молоді чоловіки.

Вживання алкоголю на будь-якому рівні пов'язане з втратою здоров'я через низку захворювань, включаючи цироз печінки, рак молочної залози та туберкульоз, а також травми. Більшість дослідників виявили зв'язок між алкоголем та значно вищим ризиком розвитку декількох форм раку, включно з раком молочної залози, товстої кишки та порожнини рота. Підвищений ризик був помітний навіть серед тих, хто вживає алкоголь в невеликих або в помірних дозах. У 2020 році 1 з 7 нових випадків раку у світі пов'язаний саме зі споживанням алкоголю, в цілому – це 100 тисяч випадків по всьому світу [2]. Основним механізмом того, як алкоголь викликає рак, є погіршення відновлення ДНК. Хронічне вживання алкоголю призводить не тільки до цирозу печінки, але й до порушення регуляції статевих гормонів, що сприяє виникненню раку молочної залози. Алкоголь також збільшує ризик раку голови та шиї у курців, оскільки спиртне збільшує поглинання канцерогенів із тютюну.

Алкоголь також змінює роботу генів. Йдеться про гени, що залучені в обмін холестерину, підтримання цілісності судин, нейропластичності та рецепторів нейромедіаторів. Це епігенетичні зміни, тобто поверх генів наносяться мітки, які змінюють активність генів. Досить часто епігенетичні зміни тривалі і навіть можуть передаватися наступним поколінням. Алкоголізм призводить до того, що гени запускають різні процеси – мозок гірше контролює поведінку, рівень холестерину та запальний фон в тілі зростають. Часто це поєднується із накопиченням вісцерального жиру, що є універсальним показником ранньої смертності, особливо в чоловіків.

Багато споживачів вважають, що існує так звана «безпечна доза алкоголю», але масштабне дослідження 2018 року показало відсутність такої безпечної для здоров'я дози: навіть келих вина під час вечері чинить на організм негативний вплив [2]. Помірне вживання алкоголю також пов'язує із негативними структурними змінами мозку та когнітивними порушеннями, а зниження концентрації уваги, погіршення пам'яті – найчастіші скарги пацієнтів у невролога. Окрім цього, алкоголь погіршує поглинання вітамінів кишківником та негативно впливає на його мікробіоту.

Список використаної літератури:

1. GBD 2020 Alcohol Collaborators (2022). Population-level risks of alcohol consumption by amount, geography, age, sex, and year: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2020. *Lancet (London, England)*, 400(10347), 185–235. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(22\)00847-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(22)00847-9).
2. Rumgay, H., Shield, K., Charvat, H., Ferrari, P., Sornpaisarn, B., Obot, I., Islami, F., Lemmens, V. E. P. P., Rehm, J., & Soerjomataram, I. (2021). Global burden of cancer in 2020 attributable to alcohol consumption: a population-based study. *The Lancet. Oncology*, 22(8), 1071–1080. [https://doi.org/10.1016/S1470-2045\(21\)00279-5](https://doi.org/10.1016/S1470-2045(21)00279-5).

В.А. Піддубний, д.т.н., проф.
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ
А.О. Чагайда, к.т.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ДИНАМІКА ПЕРЕХІДНИХ ПРОЦЕСІВ ПРИ ПЕРЕМІШУВАННІ КОМПОНЕНТІВ

У значній кількості випадків навантаження пружних систем, зокрема замішаного тіста, супроводжується впливами статичними і динамічними складовими на робочий орган машини. Це означає присутність деформацій у коливальних процесах, а рівно і внутрішнього тертя. Такі явища повинні обмежуватися тільки пружними деформаціями і відсутністю залишкових деформацій. Разом з тим у циклічно діючому змішувачі перехідні процеси пуску і вибігу обов'язково присутні, що змушує розробників машин і окремих механізмів реагувати на особливості таких систем у формі використання різних накопичувальних пристроїв і компенсаторів [1]. Очевидно, має бути виконання додержання технологічних процесів в умовах дискретних або неперервних переміщень робочих органів. Також механізми, відповідальні за переміщення робочих органів, напівфабрикатів або сформованого в'язкопружного тіста, повинні забезпечувати необхідні силові дії і впливи, динамічні складові яких мінімізовані.

Крім згаданого, виконання технологічних операцій робочих органів машини повинні бути синхронізованими і жорстко обмеженими в часових рамках виконання у робочій камері. Реалізація вказаних умов ускладнюється тим, що має місце необхідність синхронної реалізації трьох стадій тістоутворення. Сюди відносяться гідродинамічні потоки компонентів і утворена маса, її пластифікація та енергетичні потоки, як питома робота процесу. Очевидно, що співіснування таких взаємодіючих потоків потребує присутності контрольованих інформаційно-логістичних систем. Практичний результат такого поєднання в сучасному розумінні і вимогах до якості призводить до удосконалення конструктивних параметрів машини. При цьому завжди повноправні і логічні параметри залишаються жорсткі кінематичні зв'язки у складі змішувальних машин-автоматів, так і переходи до гнучких зв'язків в окремих кінематичних схемах приводів окремих робочих органів і системах в цілому [1, 2].

Сьогодні є актуальним поєднання на основі електронних комп'ютерних систем розуміння логічного протиріччя при вирішенні задачі заданої продуктивності або пропускної здатності у формі сил інерції і моментів сил інерції. Це приводить до повноцінного використання розробок, які стосуються теоретичної механіки, теорії механізмів і машин, теорії тертя, динаміки машин тощо. Положення теоретичної механіки в даному випадку стосуються поняття матеріальної точки у різних математичних формалізаціях, однак їх поширення на матеріальні тіла і середовища часто є правомірними і такими, що базуються на загально визнаних гіпотезах і припущеннях в динаміці машин.

Важливим припущенням, яке спрощує створення математичних моделей, є те, що маси пружних зв'язків у системах обмежені і ними можливо нехтувати. Тому дослідження окремих пристроїв і машин загальноживаними є поняття приведених мас і сил, жорсткостей, коефіцієнтів тертя, принципів д'Аламбера, Лагранжа, суперпозиції, адитивності тощо. Окрім загально визнаних положень і припущень, в окремих випадках слушними можуть бути специфічні узагальнення окремих понять їх законності, за умови невиходу за межі закону збереження енергії і закону збереження матерії (матеріальних потоків).

Зважаючи на доцільність різних заходів і технологій на користь закону збереження енергії і закону збереження матеріальних потоків, все ж доцільно відмітити напрямок використання вторинних енергетичних ресурсів, який в значній мірі вже знайшов своє використання в технологічних рішеннях. Однак в абсолютному обчисленні діючих підприємств людство продовжує перебувати у величезному боргу перед природою, оскільки саме в технологіях використання вторинних енергетичних ресурсів можливо вбачати перспективи його виживання.

Список використаної літератури:

1. Igor Stadnyk, Volodymyr Piddubnyy, Olena Eremeeva, Halyna Karpyk FEATURES OF HEAT TRANSFER IN THE ENVIRONMENT WHEN IT IS SPRAYED WITH ROTARY ROLLERS. *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences*, vol. 12, 2018, no. 1, p. 824–835. doi: <https://doi.org/10.5219/977>.
2. Стадник І. Я., Паньків Ю. Ю., Чорна Н. В., Лісовська Т. О. Дискретно-імпульсне змішування борошнених компонентів. *Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі*: зб. наукових праць / відпов. ред. О.І. Черевко. Харків : ХДУХТ, 2020. Вип. 1 (31). С. 157–171.

ЗНАЧЕННЯ ПРОТЕЇНОВИХ ДОБАВОК ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПРИ АКТИВНОМУ ТУРИЗМІ

Потенціал для збереження здоров'я людини залежить від якісного харчування, в якому останнім часом фіксується негативна тенденція по надходженню білка, вітамінів, макро- та мікроелементів. Що стосується білків, то класичні відмінності джерел білка зосереджені на їх засвоюваності та вмісту незамінних амінокислот, що означає здатність забезпечувати відновлення запасу білків в організмі. Загальновідомою є потреба в білку для організму, а у спортсменів, що прагнуть наростити м'язову масу, та людей, які займаються активним туризмом, така потреба ще вища. Розширення знань про обмін білку в організмі змінює уявлення про його потреби організмом людини: згідно з рекомендаціями Академії наук добові потреби в білку в США зменшилися з 120 г до 56 г для чоловіків і 44 г для жінок, а європейське відділення ВООЗ розробило межі забезпечення організму людини харчовими речовинами, де частка енергії від білку має складати не більше 10...12 %. Покращення якості життя людей в останнє десятиріччя призвело до зростання кількості білків у раціоні при зменшенні споживання овочів і цільнозернових продуктів. Це зростання значною мірою відбувалось за рахунок збільшення споживання м'яса, що призводить до зростання надходження насичених жирів та холестерину.

Мікробна ферментація білків стала одним із напрямів забезпечення людей білковими продуктами. Вважається, що отримані у такий спосіб нові білкові продукти будуть перевершувати нині існуючі природні білки за смаком, вмістом поживних речовин, корисними властивостями для організму людини та неймовірною різноманітністю. Швидкий прогрес у точній біології дозволив досягти значних результатів у процесі прецизійної ферментації, що, у свою чергу, дозволяє програмувати мікроорганізми для виробництва практично будь-яких складних органічних молекул, у результаті чого буде досягнуто значне поліпшення якості нової продукції. Такий шлях різко контрастує з моделлю сучасного промислового тваринництва, яка майже досягла своїх меж з точки зору масштабу, охоплення та ефективності. Тому пошук та запровадження технологій із заміни тваринництва на культивування м'яса, яке за своїми органолептичними і фізико-хімічними показниками буде подібним до натурального, у найближчій перспективі дозволить наблизитись до вирішення проблеми забезпечення людей звичними харчовими продуктами з необхідною добовою кількістю повноцінних білків [1].

Також одним із джерел білків є морські організми, які являють собою різноманітний і невикористаний біоресурс для відновлення та виробництва білка. За оцінками дослідників, морське середовище налічує приблизно 500 000...10 мільйонів морських видів і характеризується величезним біорізноманіттям. Тому не дивно, що трильйони тонн морської риби, ракоподібних, молюсків та мікроводоростей використовувалися людиною для споживання з давніх часів. Велика кількість побічних продуктів переробки риби та технічні переваги виробництва мікроводоростей у поєднанні з високим вмістом білкових сполук роблять їх ідеальними кандидатами для відновлення білка. Морські білки мають високу поживну цінність, хороші функціональні властивості та різноманітну терапевтичну біоактивність, яка була продемонстрована в різноманітних комерційних продуктах [2].

З огляду на фізіологічні особливості або ж брак часу, більшість людей не отримують необхідну кількість білка з їжі, тому тут на допомогу приходять протеїни. З такою добавкою отримувати потрібну добову потребу білка стає легше, адже протеїн можна змішати з водою або з іншим напоєм і випити, поповнивши свій організм будівельним матеріалом для м'язів. Прийом протеїнових добавок дозволяє дозовано розподіляти надходження білкових з'єднань в організм, а при спортивних та активних фізичних навантаженнях протеїн просто необхідний, адже здатний у найкоротший термін зміцнити м'язи після отриманих мікротравм у процесі навантаження. Потрібне збільшення споживання білків не тільки для набору маси за рахунок збільшення мускулатури, а і для людей, що не зайняті важкою фізичною працею, але постійно знаходиться в стані стресу, при цьому потреба в цукрі і ліпідах різко зменшується. Окрім того, протеїнові добавки допомагають боротися з депресією та емоційною втомою.

Список використаної літератури:

1. Vivica I Kraak, Perspective: Unpacking the Wicked Challenges for Alternative Proteins in the United States: Can Highly Processed Plant-Based and Cell-Cultured Food and Beverage Products Support Healthy and Sustainable Diets and Food Systems?, *Advances in Nutrition*, Vol. 13, Issue 1, January 2022, pp. 38–47, <https://doi.org/10.1093/advances/nmab113>.
2. Nguyen, T. T., Heimann, K., & Zhang, W. (2020). Protein Recovery from Underutilised Marine Bioresources for Product Development with Nutraceutical and Pharmaceutical Bioactivities. *Marine drugs*, 18(8), 391. <https://doi.org/10.3390/md18080391>.

ВПЛИВ СПОСОБУ ПРИГОТУВАННЯ ПОПКОРНУ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Протягом останніх кількох років точиться багато дискусій щодо розробки універсальних здорових збалансованих дієт, що ґрунтуються на різноманітних продуктах, переважно рослинного, а не тваринного походження. Споживачі все більше усвідомлюють роль харчування із збільшенням ступеню ризику для здоров'я, що пов'язано з високим вмістом у харчових продуктах жирів, перш за все, деяких насичених жирних кислот, з надмірним споживанням продуктів з високою енергетичною цінністю та солі. Для зменшення негативного впливу люди змінюють повністю своє харчування, переходячи на корисну їжу. Але через те, що до кінця не відбувається осмислення, що корисне, а що ні, споживачі відмовляються від усіх закусок, про які навіть не догадуються, що вони зовсім не шкідливі. Попкорн – це саме та закуска, яку можна їсти без шкоди для здоров'я, лише правильно її приготувавши, адже у ній присутня велика кількість клітковини та білків.

Відомий усім попкорн, що виготовляється з кукурудзяних зерен, які під впливом температури розриваються і вивертаються навиворіт, перетворюючись у повітряну закуску, яку люблять і дорослі, і діти. На сьогодні існують різні види попкорну: солодкі, солоні, приправлені різноманітними харчовими добавками. Саме серед харчових добавок, що додають до попкорну, можуть бути штучні ароматичні масла. Ці речовини викликають стурбованість споживачів через їх значну токсичність, що змусило Conagra Foods нещодавно вилучити її зі свого бренду «Act Microwave popcorn», оскільки штучні ароматичні масла викликають проблеми з легеньми у працівників. Вперше на цю проблему звернули увагу у 2000 році, коли органи охорони здоров'я дізналися про хвороби працівників заводу з виробництва попкорну в Міссурі, які від вдихання надмірної концентрованої кількості діацетилу – ароматизатора вершкового масла – отримали необоротне захворювання легенів. Діацетил викликає низку симптомів (кашель, хрипи та задуха), які схожі на симптоми хронічного обструктивного захворювання легень. Це рідкісне хронічне захворювання, яке з часом загострюється та, зрештою, призводить до дихальної недостатності. Ці штучні ароматичні масла також пов'язують з проблемами мозку, що викликають хворобу Альцгеймера.

Особливе занепокоєння дослідників викликає використання різноманітних сполук в упаковці, що контактує з харчовими продуктами, де жиронепроникні властивості зробили їх бажаними при реалізації фаст-фуду (коробки для піци та пакети для мікрохвильової печі). Більшість пакетів для попкорну містять хімічні сполуки, такі як бутаноноксид, формальдегід і ацетальдегід, які можуть випаровуватись з упаковки при підігріванні попкорну. До переліку шкідливих речовин, що використовуються в упаковці, входить також перфтороктанова кислота. Метою її використання в упаковках для попкорну є створення неслизької поверхні та запобігання проникненню жирів та рідин в упаковку [1]. Ця речовина є частиною групи перфторованих сполук, які мають унікальні властивості відштовхування жирів, води та бруду. Загалом перфтороктанова кислота входить до групи із приблизно 4700 хімічних речовин (пер- та поліфторалкільні речовини), які запобігають прилипанню гамбургеру до упаковки фаст-фуду або роблять миску для салату на основі клітковини стійкою до вологи. Пакети майже для всіх видів попкорну, що готується у мікрохвильовій печі, із внутрішньої сторони вкриті перфтороктановою кислотою. Необхідно зазначити, що перфтороктанова кислота, яка була визначена як можливий канцероген, має період напіврозпаду 92 роки в навколишньому середовищі та від двох до восьми років в організмі людини [2].

Таким чином, повітряна закуска із кукурудзяних зерен сама по собі не є шкідливою для організму, але спосіб приготування попкорну може зробити його небезпечним, особливо якщо цей попкорн було запаковано в пакет, який містить різноманітні хімічні сполуки. Збільшення калорійності попкорну, за рахунок додавання жирів, пов'язаний із вживанням великої кількості насичених жирів і транс-ізомерів жирних кислот та призводить до ризику розвитку основних хронічних неінфекційних захворювань, таких як ішемічна хвороба серця, інсульт, рак й інсулінонезалежний цукровий діабет.

Список використаної літератури:

1. Monge Brenes, A. L., Curtzwiler, G., Dixon, P., Harrata, K., Talbert, J., & Vorst, K. (2019). PFOA and PFOS levels in microwave paper packaging between 2005 and 2018. *Food additives & contaminants. Part B, Surveillance*, 12(3), 191–198. <https://doi.org/10.1080/19393210.2019.1592238>.
2. Zabaleta, I., Negreira, N., Bizkarguenaga, E., Prieto, A., Covaci, A., & Zuloaga, O. (2017). Screening and identification of per- and polyfluoroalkyl substances in microwave popcorn bags. *Food chemistry*, 230, 497–506. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2017.03.074>.

ЕТИКО-КУЛЬТУРНІ КОМПОНЕНТИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Якби люди вміли домовлятися між собою, то суперечок і непорозумінь було б набагато менше. Етична поведінка працівників у готельно-ресторанній сфері – потужний засіб формування її позитивного іміджу. Заклади готельно-ресторанних комплексів несуть як юридичну, так і соціальну відповідальність. У кодексах етики визначаються види етичної і неетичної поведінки. Зазвичай вони складаються з двох частин. У першій закладені загальні основи етичної поведінки закладу, у другій – конкретизуються дії, які з погляду закладу можна вважати неетичними. Такі норми прописуються рішенням комітетів з етики в кожному підприємстві. Комітети з етики, до складу яких входять керівники вищого рівня, функціонують переважно у великих готельно-ресторанних комплексах. Вони розглядають вчинки та діяльність представників своїх підрозділів у випадку необхідності дати їм оцінку з позицій етичних норм корпорації. У деяких закладах комітети з етики не створюються, однак запроваджується посада фахівця з етики бізнесу, якому доручається експертиза дій працівників щодо дотримання ними етичних норм і правил. Соціальні ревізії застосовують для оцінювання і висновків про наслідки реалізації соціальних програм організацією. Запрошують незалежних фахівців, які роблять висновок про соціальну відповідальність організації. Ці висновки оприлюднюються в засобах масової інформації й є ефективним засобом формування позитивного іміджу організації в суспільстві. Дотримання етичних норм бізнесу є характерною ознакою успішної діяльності більшості закладів готельно-ресторанного господарства. Це забезпечує організаціям позитивне сприйняття в суспільстві їх діяльності, а часто й відчутну економічну вигоду. Основними принципами етичної поведінки фахівця в процесі здійснення ним професійної діяльності є:

- **Відповідальність.** Фахівець повинен вирішувати питання, які входять до його компетенції, не припускати помилок, за необхідності скерувати людину, з якою контактує, до іншого працівника, в компетенції якого вирішення проблеми. Укладаючи угоду про надання послуг, необхідно чітко домовлятися з партнерами про масштаб і характер послуг, засади їх оплати. Усі положення повинні бути попередньо обговорені й погоджені.
- **Чесність, незалежність, об'єктивність.** Фахівець повинен уникати будь-яких дій, ситуацій, які можуть зашкодити виконанню його професійних обов'язків, завжди керуватися власною об'єктивною думкою, діяти з урахуванням інтересів своєї організації, не розголошувати таємниць.
- **Професійний рівень.** Фахівець повинен систематично підвищувати свій професійний рівень, поважати професійні обов'язки і кваліфікацію осіб, з якими співпрацює. Уся інформація повинна бути об'єктивною. Фахівець має дбати про свою репутацію, бути вимогливим до себе і справедливим до своїх партнерів. Фахівець готельної індустрії (менеджер) повинен підтримувати основні стандарти обслуговування гостей у готелі, а саме: встановити особистий контакт з відвідувачем; під час особистої бесіди (зустрічі) проявляти високий рівень професійної майстерності; надавати відвідувачам сервіс на рівні світових стандартів. Ввічливі професійні манери є ключовим компонентом якості.

У готельно-ресторанній сфері, в якій керівник і менеджери доброзичливо ставляться до підлеглих, надають їм можливість діяти у відповідних ситуаціях на свій розсуд, співробітники відчувають себе впевнено. Сучасний підприємець у сфері готельно-ресторанного бізнесу повинен керуватися нормами професійної етики: переконаний у корисності своєї праці; визнає необхідність конкуренції, але розуміє і необхідність партнерства в бізнесі; поважає себе і колег; є компетентним; стримує негативні емоції. Навички, якими повинен володіти керівник готельно-ресторанного закладу: підтримувати позитивний імідж закладу; ввічливо спілкуватися з відвідувачами та партнерами; брати до уваги побажання відвідувачів; аналізувати та попереджувати конфліктні ситуації; бути стійким до стресів та готовим до змін; використовувати методи ділового спілкування; допомагати працівникам у розв'язанні проблем; встановлювати та підтримувати візуальний контакт з відвідувачами; вирішувати конфліктні ситуації; дотримуватися правил етикету; володіти процедурою зустрічі відвідувачів (привітання, обговорення питання, його вирішення, прощання); володіти професійною термінологією; досконало володіти українською мовою (основами граматики, лексики, фонетики); володіти прийомами публічного виступу; володіти ораторським мистецтвом; дотримуватися правил ведення ділового листування; володіти комунікативними якостями.

Список використаної літератури:

1. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі: навч. посібник / Л. П. Малюк, Л. М. Варипасва. Харків : ХДУХТ, 2016.
2. Уніфіковані технології готельних послуг: навч. посіб. / за ред. В. К. Федорченко. Київ: Вища шк., 2001. 327 с.
3. Дотримання етичних норм бізнесу. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream>.

ІМІДЖ ФАХІВЦЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

Ділова взаємодія – це процес співробітництва ділових партнерів, який спрямований на організацію та оптимізацію будь-якого виду діяльності. Ділове комунікування неможливо розглядати без такого поняття, як діловий імідж, особливо це стосується працівників готельно-ресторанних комплексів, які входять до контактної зони роботи із клієнтами.

Контактна зона (зона видимості) – це поняття, що містить цілий комплекс різних чинників: місце надання послуг, зустріч та комунікація з клієнтами, обслуговування клієнтів. До персоналу контактної зони належать фахівці з роботи з клієнтами, фахівці супроводу. Особливістю сучасної організації сервісу обслуговування клієнтів є комунікативна взаємодія з гостями готельно-ресторанних комплексів. Завдання ділової комунікації – це, перш за все, продуктивне співробітництво, спрямоване на покращення партнерських стосунків та задоволення потреб клієнтів. Ділові комунікації неможливо розглядати без такого поняття, як діловий імідж. Для встановлення зв'язків між персоналом готельно-ресторанних комплексів та гостями потрібно персоналу контактної зони зацікавити гостя своїми діловими якостями, які й складають імідж.

Імідж ділової людини це образ, в якому сформовані певні риси, що здійснюють вплив на оточення. Імідж складається в процесі комунікативних контактів людини. Під іміджем ділової людини мається на увазі зовнішній вигляд, манера одягатися, вміння спілкуватися, орієнтування в конкретній ситуації, володіння механізмами психологічного впливу, знання ділового етикету та протоколу, знання етики ділового спілкування. Імідж особливо важливий для тих працівників, чия професійна діяльність пов'язана із спілкуванням з людьми (до них і відносяться працівники контактної зони готельно-ресторанних комплексів). Дотримання етики ділових відносин є одним із головних критеріїв оцінки професіоналізму, як окремого співробітника, так і організації в цілому. Розробка моделі формування іміджу в готельно-ресторанному бізнесі є ключовим питанням для подібних підприємств, тому що в основі лежить принцип «зроби так, щоб гість до тебе повернувся». Формування корпоративного іміджу готелів і ресторанів ґрунтується на: ділових комунікаціях, поділу ринку послуг, відповідності послуг та їх надання міжнародним стандартам. В Україні конкуренція за сучасні готелі й ресторани досить висока. І, щоб залишатися в цьому бізнесі, потрібно постійно покращувати роботу для задоволення потреб споживача. Залишатися на плаву можливо, тільки якщо орієнтуватися на клієнта, на його бажання. Задоволення клієнта залежить від того, чи виправдалися його очікування. Якщо ж якість обслуговування перевищує його очікування, то можна сподіватися, що клієнт обов'язково повернеться ще раз і порадить заклад своїм друзям та приятелям.

Успіх роботи готельно-ресторанних комплексів залежить передусім від їх іміджу. Одним із важливих аспектів загального сприйняття та оцінки організації роботи комплексів є враження, яке вони справляють. Робота зі створення позитивного іміджу – це не один чи декілька окремих заходів, а ціла система організації заходів. Однією з важливих складових якості послуг є якість обслуговування. В умовах сучасної жорсткої ринкової конкуренції встановлення міцних довірчих відносин із клієнтами є вирішальним фактором довгострокового процвітання компанії. Відмінне обслуговування клієнтів є не тільки однією з конкурентних переваг, але й єдиною в багатьох сферах діяльності. Якість обслуговування – новий стандарт, за яким клієнти судять про якість продукту. гарне обслуговування змусить клієнта приходити до вас частіше і купувати більше. Імідж – це загальне враження, яке створюється щодо підприємства готельно-ресторанного господарства у цільовій аудиторії. Імідж завжди соціально обумовлений, активно впливає на громадську думку, результати ділової активності і конкурентоспроможність ресторанного підприємства.

Таким чином, якщо необхідно сформувати і зберегти позитивний імідж фахівця, то головне – це бути гарним фахівцем реально, а не тільки намагатися здаватися ним. А для цього у своїй професії слід постійно підніматися із сходинок знань на більш високу сходинок умінь. А потім, як би не втомився, знаходити в собі сили і прагнення для підйому на більш високий щабель професійної досконалості і творчо діяти на основі вже набутих і успішно випробуваних знань, умінь, навичок та переконань, і не зупинятися на цьому. Успішний професійний імідж людини створюється не просто, іноді роками наполегливої праці, але може легко і дуже швидко зруйнуватися як наслідок її легковажності, самозаспокоєння і самовпевненості у своїй професійній діяльності.

Список використаної літератури:

1. Мотиваційна модель формування іміджу у регіональному готельно-ресторанному бізнесі. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_5/22.pdf.
2. Роль уніформи персоналу у формуванні іміджу закладу харчування. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gurova5.htm.
3. Позитивний імідж фахівця сфери туризму як необхідний елемент успішної туристської діяльності. URL: <https://infotour.in.ua/ruglova.htm>.

АНАЛІЗ НАДХОДЖЕННЯ СИНТЕТИЧНИХ РЕЧОВИН З ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Останніми роками широко використовуються в різних галузях промисловості, включаючи матеріали, що контактують з харчовими продуктами (FCM), перфторалкільні та поліфторалкільні речовини (PFAS) – синтетичні хімічні сполуки, які забезпечують стійкість до жиру та вологи, а також надають посуду антипригарні властивості. Сковорода з тефлоновим покриттям захистить продукти від пригорання і дозволить зменшити використання жиру або масла при приготуванні їжі, а то й зовсім його не застосовувати. Завдяки такому покриттю в організм не потрапляють канцерогени, що виділяються при смаженні, і зайвий жир, який при надмірному споживанні викликає утворення надлишкових кілограмів і всіх супутніх проблем у споживачів. Довгий час споживачів не цікавило питання можливої шкоди тефлону, але сучасні світові тенденції змушують людей все частіше замислюватись про своє здоров'я та екологічний стан світу навколо. Тож тема можливих негативних наслідків від використання такого посуду, в якому є перфторалкільні та поліфторалкільні речовини, стала актуальною, адже PFAS можуть потрапляти у харчовий ланцюг безпосередньо від споживання забрудненої ними їжі або опосередковано від матеріалів, які контактують з харчовими продуктами.

Останніми роками активізувались зусилля вчених із дослідження впливу синтетичних речовин на організм людини. Десятиліттями компанія DuPont, яка вісімдесят років тому розробила технологію виробництва тефлону, часто отримувала звинувачення у шкідливості її продукції або навіть її канцерогенному впливі, що може викликати рак. Збільшення проблем з печінкою, селезінкою і органами головного мозку у людей, які працювали на заводах, що виробляли тефлову продукцію, також пов'язують із впливом PFOA. Окрім того, у 2018 році Агентство захисту навколишнього середовища EPA (Вашингтон, США) оприлюднило інформацію, що дрібні частинки антипригарних покриттів відриваються під час приготування їжі і потрапляють в організм людини.

Окрім тефлонового покриття, перфторалкільні та поліфторалкільні речовини (PFAS) широко використовуються в матеріалах, які безпосередньо контактують з харчовими продуктами (FCM), оскільки його вуглець-фторні зв'язки забезпечують високу стійкість до деградації навіть за високих температур. FCM, які містять PFAS, такі як упаковка для фаст-фуду та пакети для попкорну в мікрохвильовій печі, можуть опосередковано сприяти харчовому впливу через міграцію в їжу, що може бути проблемою безпеки харчових продуктів. Споживання ресторанної їжі закладів швидкого харчування та попкорну було пов'язано з більш високими рівнями PFAS у сироватці крові як наслідок міграції PFAS з FCM. Така міграція залежить від кількох факторів, пов'язаних із типом їжі, що контактує, і збільшується при зростанні вмісту жиру в їжі, використанні емульгованих продуктів, коли їжа має низький рН і високу концентрацію хлориду натрію. При цьому довжина ланцюга PFAS також впливає на рівень міграції: більш короткий ланцюг сприяє зростанню переходу синтетичних сполук в їжу. Застосування синтетичних матеріалів, що безпосередньо контактують з харчовими продуктами, сприяє збільшенню міграції PFAS, особливо при високих температурах [1].

У 2020 році Агентство з охорони навколишнього середовища EPA провело дослідження упаковки попкорну для мікрохвильової печі та 407 зразків паперу, включно з картонною харчовою обгорткою, покритою п'ятьма звичайними PFAS, що використовуються мережами швидкого харчування. Було виявлено, що паперові вироби з покриттям PFAS підвищують у споживачів рівень сироватки при регулярному споживанні попкорну, виготовленому у мікрохвильовій печі, або фаст-фуд у ресторанах. Дані показали, що 90 % їжі, купленої в продуктовому магазині, мали меншу ймовірність забруднення PFAS з упаковки, на відміну від фаст-фуду. Тиск від суспільства за підтримки громадського сектору дозволить швидше змінити законодавство та вплинути на бізнес, як у випадку із компанією McDonald's, яка відреагувала на петицію споживачів і пообіцяла взагалі відмовитись від PFAS-хімікатів у своєму пакуванні до 2025 року в усіх своїх понад 38000 ресторанів, що розташовані у понад 100 країнах світу.

Список використаної літератури:

1. Ramírez Carnero A, Lestido-Cardama A, Vazquez Loureiro P, Barbosa-Pereira L, Rodríguez Bernaldo de Quirós A, Sendón R. Presence of Perfluoroalkyl and Polyfluoroalkyl Substances (PFAS) in Food Contact Materials (FCM) and Its Migration to Food. *Foods*. 2021; 10(7):1443. <https://doi.org/10.3390/foods10071443>.
2. Susmann, H. P., Schaider, L. A., Rodgers, K. M., & Rudel, R. A. (2019). Dietary Habits Related to Food Packaging and Population Exposure to PFASs. *Environmental health perspectives*, 127(10), 107003. <https://doi.org/10.1289/EHP4092>.

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Цифровий розвиток підвищує вимоги відвідувачів закладів гостинності, які вже хочуть отримати не лише базові зручності, а й сподіваються на індивідуальне обслуговування та швидке надання інформації і послуг. Німецьке агентство економічного розвитку (GTAI) запропонувало термін «Індустрія 4.0», який стосується появи, розвитку та конвергенції різноманітних технологій, які забезпечують зв'язок між фізичним і цифровим світом майже в реальному часі. До технологічних розробок Четвертої промислової революції відносять кіберфізичні системи, Інтернет речей, віртуальну реальність, доповнену реальність, великі бази даних, штучний інтелект, робототехніку, блокчейн і 3D-друк.

Успішність готельно-ресторанного бізнесу, на нинішньому етапі розвитку інформаційних технологій, обумовлена здатністю швидко отримувати та використовувати оновлену інформацію. У свою чергу у споживачів послуг індустрії гостинності вже виробилась звичка щодо своєчасної та точної інформації завдяки сучасним технологіям. Сучасні засоби зв'язку не тільки дозволяють, а й заохочують постійний зв'язок з інформацією, розвагами та один з одним. Фактично ці сучасні пристрої надають своїм власникам доступ до будь-якої інформації в режимі реального часу, що поступово створює звикання до «світу під рукою». Власники смартфонів взаємодіють зі своїми телефонами в середньому 85 разів на день, включаючи відразу після пробудження, безпосередньо перед сном і навіть посеред ночі. Дев'яносто один відсоток респондентів повідомляє, що вони ніколи не виходять з дому без своїх телефонів, а 46 % кажуть, що вони не можуть жити без них [1]. Таким чином, використання смартфонів є однією з найважливіших проблем, які останнім часом вийшли на перший план.

Починаючи з 2010 року, зафіксовано тенденції збільшення поширеності проблем психічного здоров'я серед підлітків і молодих людей США, що включали різке зростання депресії, тривоги, самотності, самоушкоджень, суїцидальних думок, спроб самогубства та самогубств, причому зростання було більш вираженим серед дівчат і молодих жінок, що можуть бути пов'язані зі зростанням використання технологій. Дослідження [2] свідчить про те, що час цифрових медіа витіснив особистий час на рівні покоління; культурна норма для молодих людей змінилася від особистої взаємодії до цифрової взаємодії, що впливає на їх психічне здоров'я.

В епоху цифрових технологій Інтернет постійно бере участь у повсякденному пізнанні. Завдяки таким пошуковим системам, як Google, найповніша сукупність колективних знань, які коли-небудь бачив світ, доступна лише одним дотиком, клацанням або голосовою командою. Складні алгоритми пошуку, здається, закінчують думки, надаючи відповіді ще до того, як питання можуть бути повністю сформувані. Google безперервно надає інформацію за частки секунди, узгоджуючи внутрішні когнітивні процеси та надаючи мінімальні ознаки свого внеску, що штучно підвищує впевненість людей у їхній власній здатності запам'ятовувати та обробляти інформацію та призводить до помилково оптимістичних прогнозів щодо того, скільки вони будуть знати в майбутньому, коли Інтернет більше не буде доступний [3]. Обмежена здатність людей до когнітивної обробки є одним із найбільш фундаментальних впливів на поведінку споживачів у «реальному світі». Експериментально підтверджено, що проста присутність власного смартфона може спричинити «витік мізків», займаючи когнітивні ресурси обмеженої ємності з метою контролю уваги. Оскільки один і той самий обмежений пул ресурсів концентрації уваги підтримує як контроль уваги, так і інші когнітивні процеси, ресурси, залучені для блокування автоматичної уваги до свого телефону, стають недоступними, від чого продуктивність інших завдань погіршиться [1].

Для сталого розвитку і конкурентоспроможності закладів, персоналізації готельного досвіду споживачів послуг власники як готельних мереж, так і окремих закладів розміщення, інвестують у передові програми, керовані клієнтами, будь то реєстрація чи керування обслуговування в номері. Разом із тим, постійне використання власниками смартфонів сприяє негативному впливу на психічне здоров'я.

Список використаної літератури:

1. Ward, A. F., Duke, K., Gneezy, A., & Bos, M. W. (2017). Brain drain: The mere presence of one's own smartphone reduces available cognitive capacity. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2(2), 140–154. DOI: 10.1086/691462.
2. Twenge J. M. (2020). Increases in Depression, Self-Harm, and Suicide Among U.S. Adolescents After 2012 and Links to Technology Use: Possible Mechanisms. *Psychiatric research and clinical practice*, 2(1), 19–25. DOI: 10.1176/appi.prcp.20190015.
3. Ward, A. F. (2021). People mistake the internet's knowledge for their own. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(43), e2105061118. DOI: 10.1073/pnas.2105061118.

ОСНОВИ ПРОЦЕСІВ ІНЕРЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ЧАСТИНКИ БОРОШНА

Одним із найважливіших результатів взаємодії частинок борошна із повітряними потоками, що їх захоплюють, при наявності зовнішніх сил є сили інерції, які мають велике значення в теорії і практиці процесу змішування. У світлі сучасних фізичних уявлень слід розрізняти два класи сил інерції [1]:

1) ньютоніві сили інерції, що діють в інерційних системах відліку, тобто в системах нерухомих або таких, що рухаються відносно нерухомих систем прямолінійно і рівномірно;

2) сили інерції, що діють в неінерційних системах відліку, тобто в системах, що рухаються відносно нерухомих систем з прискоренням.

Якщо абсолютна швидкість прямолінійного руху частинки відносно нерухомої системи координат рівна \mathcal{G} , а середня швидкість повітряного середовища (потіку) на шляху частинки борошна (без врахування розподілу швидкості навколо частинки, рівна w , то ця сила рівна:

$$\left. \begin{aligned} m \frac{d\mathcal{G}}{dt} &= 3\pi\mu_n d(w - \mathcal{G}) \\ \frac{d\mathcal{G}}{dt} &= \frac{1}{\tau}(w - \mathcal{G}) \end{aligned} \right\}, \quad (1)$$

$$\text{де } \tau = \frac{m}{3\pi\mu_n d} = \frac{d^2}{18\mu_n} \rho. \quad (2)$$

Величина τ має розмірність часу і називається часом релаксації частинки. В механіці аерозолів ця величина має фундаментальне значення. Вираз (1) є диференціальним рівнянням руху аерозольної частинки в повітряному потоці, причому права частина рівняння виражає опір середовища при постійній швидкості руху частинки в даний момент. В загальнішому випадку, коли на частинку впливають інші зовнішні сили, це рівняння має вигляд:

$$m \frac{d\mathcal{G}}{dt} = 3\pi\mu_n d(w - \mathcal{G}) + F, \quad (3)$$

де F – зовнішня сила.

В координатній формі рівняння (3) виражається так:

$$\left. \begin{aligned} m \frac{d\mathcal{G}_x}{dt} &= 3\pi\mu_n d(w_x - \mathcal{G}_x) + F_x \\ \frac{d\mathcal{G}_y}{dt} &= 3\pi\mu_n d(w_y - \mathcal{G}_y) + F_y \end{aligned} \right\}, \quad (4)$$

де $w_x, w_y, \mathcal{G}_x, \mathcal{G}_y$ – складові швидкостей потоку і частинки по осях x і y .

Як видно із рівняння (4), складові швидкості криволінійного руху частинки на будь-якій осі підпорядковуються тому ж рівнянню (1), що при прямолінійному русі. З рівнянь (4) також можна визначити параметри руху частинки, що має початкову швидкість, в спокійному середовищі при відсутності будь-яких інших зовнішніх сил, крім сили аеродинамічного опору середовища. Так як при цьому $w = 0$, рівняння руху набуває вигляду:

$$\frac{d\mathcal{G}}{dt} = -\frac{t}{\tau} \mathcal{G}, \quad (5)$$

Після інтегрування отримують (при $t=0$ постійна інтегрування $c = \ln \mathcal{G}_0$):

$$\ln \frac{\mathcal{G}}{\mathcal{G}_0} = -\frac{t}{\tau}, \quad \text{або} \quad \mathcal{G} = \mathcal{G}_0 e^{-\frac{t}{\tau}} = \frac{dx}{dt}, \quad (6)$$

Інтегруючи це рівняння, визначають довжину шляху, що проходить частинка:

$$\frac{x}{\mathcal{G}_0} = -\tau e^{-\frac{t}{\tau}} + c, \quad \text{звідки } x = \mathcal{G}_0 \tau \left(1 - e^{-\frac{t}{\tau}} \right) \quad (7)$$

Список використаної літератури:

1. Стадник І. Я., Паньків Ю. Ю., Чорна Н. В., Лісовська Т. О. Дискретно-імпульсне змішування борошнених компонентів. *Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі*: зб. наукових праць / відповід. ред. О.І. Черевко. Харків : ХДУХТ, 2020. Вип. 1 (31). С. 157–171.

БАЗА ВІДПОЧИНКУ – ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Готельне господарство є однією зі складових туристської індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, бо якість проживання та відповідне обслуговування рішуче впливають на рівень туристичного сервісу. А отже, готельна індустрія стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, в тому числі валютні. Вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою світового готельного господарства. Гостинність – сфера готельного й ресторанного бізнесу, є провідним чинником і базою величезної індустрії туризму. Індустрія гостинності є найважливішим елементом соціальної сфери. Вона відіграє важливу роль у підвищенні ефективності громадського виробництва та, відповідно, росту життєвого рівня населення.

Тож важливе значення для розвитку як міжнародного, так і внутрішнього туризму мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. За цих обставин вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі, як кількість туристів, ціни на послуги, географію подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін. За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності.

Україна відкрита й для міжнародного туристичного співробітництва, але повною мірою віддзеркалює загальноєвропейські інтеграційні політичні та соціально-економічні процеси, враховуючи основні загальнонаціональні пріоритети. Виходячи з національних пріоритетів, міжнародна туристична політика України багатовекторна, реалізується на засадах економічної доцільності та взаємовигідної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховує особливості певного туристичного ринку.

Організація відпочинку – тема завжди актуальна, яка незмінно викликає масу питань і тривог. Напевно, кожна людина мріє про свій власний бізнес. Існує безліч різних варіантів підприємницької діяльності. Одним з найбільш цікавих і корисних є бізнес, що стосується відпочинку. Ця діяльність може бути спрямована на людей, які воліють відпочивати не далеко від дому, а десь поблизу, і навпаки.

Якщо говорити про землю, на якій буде розташовуватися база, то це все залежить від виду місцевості. Це слід враховувати, адже є багато територій, на яких забороняється будь-яке будівництво. До таких територій можна віднести території заповідників і національних парків. Якщо ж незрозуміло, чи відноситься територія, яку ви намітили для бази відпочинку, до охоронюваних природних територій, то потрібно спочатку перевірити, де проходять межі території. Інакше у вас буде дуже багато проблем з екологами і різними природоохоронними організаціями. Багато підприємців стикається з проблемою вибору місця для бази відпочинку. Якщо трохи погортати підручник з географії відпочинку, то можна дізнатися, що найкращим місцем для відпочинку є: територія біля річки або озера; місце біля лісу; недалеко від гір.

Що стосується розмірів турбази, то для початку буде достатньо 5-6 га землі. Потім можна буде розширити територію. Наступний етап – це розстановка будиночків. Можна розташувати два двомісних будиночки і три великих для сімейних пар з дітьми. Не можна забувати про те, що будиночки повинні бути максимально комфортними. Для цього варто подбати про: гарні меблі; сантехніку; побутову техніку.

База відпочинку також повинна мати на своїй території танцмайданчик, адміністративну будівлю, їдальню, спортивний майданчик, а також склад. Потрібно подбати про те, щоб база відпочинку знаходилася близько біля ліній електропередач і водопроводу. В іншому випадку туристів можете не чекати. Можна також побудувати власний водозабір. Звичайно, це коштує дуже дорого, але без нього краще не починати свій бізнес. Якщо ж ви вирішите виділити зону для купання, то варто регулярно перевіряти стан води. Також не забудьте взяти на роботу кваліфікованого медика. Забезпечте своїх постояльців телефонним зв'язком.

Отже, для ефективного функціонування готельної сфери сьогодні необхідна гнучка система державного стимулювання цієї галузі, відображена у розробленій нормативно-законодавчій базі. Водночас необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією у спеціалізації пропонованих послуг гостинності, вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного простору та розширення туристичної діяльності, покращити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів, на державному рівні максимально підтримувати формування національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу, єдині підходи організації управління.

Список використаної літератури:

1. Бізнес план бази відпочинку. URL: <http://surl.li/hryqq>.
2. Прибиток П. База відпочинку – як відкрити бізнес з нуля? URL: <https://dumka.biz/baza-vidpochinku-yak-vidkriti-biznes-z-nulya/>.

КУЛЬТУРА ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ГОСПОДАРСТВАХ

Культура обслуговування – це організаційна культура, що спрямована на задоволення потреб і бажань клієнтів на основі визначених правил, практичних навичок і умінь. Культура обслуговування диктується політикою закладу, підтримується системою заохочень персоналу обслуговування. Сьогодні культура обслуговування – це, перш за все, сукупність правил ввічливості та етики поведінки. Культура обслуговування – це складова частина загальної культури суспільства, рівень процесу обслуговування з погляду етичних норм, естетичних норм, психологічних норм та ін. Нормами поведінки персоналу в готельно-ресторанній сфері є: законслухняність, чесність, добропорядність, ввічливість, володіння комунікативними навичками. Культура обслуговування виробляється кожним підприємством. На одному підприємстві вона може бути низькою, на іншому ж – досить високою. Прояв високої культури обслуговування визначається через поведінку персоналу, що чітко знає, як діяти в будь-якій ситуації і що від нього очікують клієнти та керівництво, а також тим, що висока культура робить усіх працівників цілеспрямованими і змушує з повагою ставитися до свого закладу.

Культура обслуговування – це досить складне поняття, складниками якого є: безпека і екологічність при обслуговуванні гостей; естетика та стиль інтер'єру, створення комфортних та зручних умов обслуговування; наявність достатньої кількості столового посуду, приладів і столової білизни; знання психологічних особливостей особистості та процесу обслуговування; знання й дотримання персоналом етичних норм обслуговування. Заклади обслуговування в Україні втратили багато клієнтів під час карантинних обмежень та дії воєнного стану. Залучити відвідувачів і заробити належну репутацію можливо через дотримання культури обслуговування. Більша частина споживачів підтримує традиційну культуру, менша частина підтримує сучасну культуру. Через розвиток засобів масової комунікації та інформації сучасна культура сильно впливає на традиційну культуру народів світу. Для сучасної культури характерні, перш за все, процеси індустріалізації, які походять з далекого минулого, але в сьогоденні ці зміни пришвидшуються. Руйнуються старі звичаї, з'являються нові.

Обслуговування гостей у готельному господарстві – це ціла система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком запити й вимоги до послуг підвищуються через велику конкуренцію. Причому, чим вища культура та якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готельного господарства, тим привабливішим воно є для гостей, тим успішніша його діяльність, тим вищий дохід закладів. Культура обслуговування в готельно-ресторанних комплексах – це збірне поняття про рівень фізичного та психологічного комфорту, задоволення потреб споживачів. А якість обслуговування – це сукупність властивостей і рівня корисності послуг, що обумовлює здатність повніше задовольняти потреби гостей; це показник, що постійно розвивається і удосконалюється. На відміну від товарного ринку, де товар «іде» до покупця, в готельному господарстві, навпаки, споживач «іде» до послуг готельного підприємства, тобто готельна послуга не підлягає транспортуванню; попит на готельні послуги залежить від циклів життєдіяльності людей; і тому для готельного господарства характерні добові, тижневі, місячні, річні коливання попиту. Підвищення якості обслуговування готельного господарства має важливе значення для самого готелю, споживача та національної економіки. Надання якісних послуг сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростання престижу готелю. На відміну від готелів, ресторани заклади можуть здійснювати індивідуальні замовлення і працювати на доставку, хоча гостям інколи хочеться провести час саме безпосередньо в самому закладі в затишній та комфортній обстановці.

Висока якість обслуговування гостей у готельно-ресторанних комплексах забезпечується все ж колективними зусиллями співробітників усіх служб господарства, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду роботи, прогресивної техніки та технології, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг. Неухильним правилом для співробітників має бути поважне ставлення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до спілкування без перешкод. Гості та співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі та довірі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Культура поведінки співробітників містить усі складові зовнішньої і внутрішньої культури. І постійно потрібно пам'ятати про повагу до людини.

Список використаної літератури:

1. Білик Е. В. Сучасна енциклопедія етикету: 1000 правил і корисних порад. Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2005. 308 с.
3. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
4. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посіб. 2-е вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2006.

ВПЛИВ СПОЖИВАННЯ ПІДСОЛОДЖЕНИХ НАПОЇВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Підсолоджені напої – це один з улюблених видів втамування спраги для дорослих та дітей. Вони можуть бути з різними смаками, чудово тонізують і надають сили та є одним із основних варіантів напою для святкового столу. Фруктові напої створюють на основі смаку ягід та фруктів, а для підсолоджування можуть також додавати цукор або цукрозамінники, при цьому є варіанти напоїв як насичені CO₂, так і негазовані. Хоча зв'язок між надлишком калорій з напоїв і розвитком ожиріння добре відомий, стандартизованого підходу до класифікації напоїв не існує. Як наслідок, у науковій літературі існують помітні невідповідності щодо визначень «підсолоджені напої», «фруктовий сік», «молоко» або «не солодкі напої», що обмежує інтерпретацію та порівняння результатів досліджень. Одна група дослідників відносить до підсолоджених напоїв солодкі газовані напої, а також соки, нектари, солодкі молочні продукти, тоді як інші вважають необхідним додати до їх переліку енергетичні, газовані, дієтичні та кавові напої. Через це молочні напої, що містять кальцій і мають значний вміст калорій і цукрів, порівнянний з підсолодженими напоями (такі як шоколадне молоко), часто сприймаються як більш здорові варіанти, що ще більше ускладнює класифікацію напоїв [1].

Споживання підсолоджених напоїв (SSBs) є важливим фактором загального добового споживання калорій серед дітей та підлітків. Надходження енергії з молоком та фруктовими соками є переважним джерелом калорій для маленьких дітей (2...11 років), тоді як підсолоджені напої є основним джерелом калорій серед підлітків та основним джерелом споживання доданого цукру в американській дієті. Незважаючи на зниження за останнє десятиліття споживання газованої води та фруктових напоїв, вживання спортивних напоїв серед дітей та підлітків залишається стабільно високим. Споживання низькокалорійних солодких напоїв (більшість з яких підсолоджені низькокалорійними підсолоджувачами) значно зросло серед молоді, при цьому також стабільно зростає споживання солодких речовин у напоях (наприклад, підсолодження чаю та кави). Останні опитування показали, що <10 % батьків у Сполучених Штатах вважають звичайні газовані, дієтичні або енергетичні напої здоровими для своїх дітей. Тим не менш, майже половина (48 %) сприймали підсолоджені водні напої (такі як напої компаній Vitamin Water™, Energy Brands, The Coca-Cola Company) як здорові, а відповідно 30 % і 27 % батьків оцінили фруктові напої та спортивні напої як поживні [2]. Люди, які споживають більше підсолоджених напоїв, як правило, споживають більше калорій, менше займаються спортом, частіше дотримуються західного способу харчування, який включає більшу кількість очищених зерен, картоплю фрі, оброблене м'ясо, червоне м'ясо, солодощі і десерти, які мають високий вміст натрію, високий глікемічний індекс і пов'язані з ожирінням.

Різноманітні міжнародні агенції охорони здоров'я рекомендують звести до мінімуму вживання солодкої їжі та напоїв. Основне обґрунтування при цьому полягає в тому, що зменшення впливу на сприйняття солодкого смаку, незалежно від джерела солодкого, може зменшити уподобання до солодких продуктів, знизити споживання доданого цукру та калорій. Ініціативи у сфері охорони здоров'я, які мали на меті зменшити споживання SSBs, включали рекомендації щодо попереджувальних етикеток на лицьовій стороні упаковки в Канаді, обмеження розміру порцій SSBs у Нью-Йорку та запровадження податку на SSBs у Сполученому Королівстві.

Основними рекомендаціями, які спрямовані на покращення самопочуття споживачів та зменшення ризику захворювань, є зниження рівня або уникнення споживання солодких напоїв та ведення активного способу життя. Всесвітня організація охорони здоров'я, на основі аналізу даних взаємозв'язку між доданим цукром, ожирінням та карієсом зубів, рекомендує верхню межу споживання вільного цукру на рівні 10 % добової потреби в калоріях, з кінцевою метою скоротити споживання до 5 %. Хоча молодь розуміє потенційні ризики вживання газованих підсолоджених напоїв, споживачі вважають, що ця продукція відповідає сучасному стилю життя. Тому основним підходом до контролю вживання цукрів має бути не відмова від споживання, а розумне обмеження та формування здорових харчових звичок.

Список використаної літератури:

1. Patrick E Merkel and others, Perspective: Chaos in a Bottle – A Critical Evaluation of Beverage Categorization in Nutrition Research, *Advances in Nutrition*, Vol. 11, Issue 6, November 2020, pp. 1414–1428, <https://doi.org/10.1093/advances/nmaa068>.
2. Paula R Trumbo and others, Perspective: Measuring Sweetness in Foods, Beverages, and Diets: Toward Understanding the Role of Sweetness in Health, *Advances in Nutrition*, Volume 12, Issue 2, March 2021, Pages 343–354, <https://doi.org/10.1093/advances/nmaa151>.

ВПЛИВ СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ НАПОЇВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Комерційна реалізація енергетичних напоїв бере свій початок з 60-их років ХХ ст., і популярність таких напоїв постійно зростає серед підлітків і спортсменів. Основні складові цих напоїв – кофеїн і таурин – підвищують когнітивний рівень і покращують інтелектуальні та спортивні результати, але разом із тим регулярне споживання призводить до підвищення артеріального тиску і може викликати гіпертонію, тахікардію, знервованість.

На відміну від традиційних напоїв (кава, чай, ізотонічні, гіпотонічні, гіпертонічні спортивні напої) в енергетичних напоях міститься велика кількість кофеїну, таурину, вітамінів, мінералів, амінокислот і різних сумішей фітохімічних речовин. Кофеїн – ксантиновий алкалоїд, який після прийому швидко і повністю всмоктується зі шлунково-кишкового тракту в кров і легко розподіляється по всьому організму. Підлітків, молодих людей і, перш за все, спортсменів приваблюють енергетичні напої через їх смак, що спонукає до купівлі, а пошук енергії стає важливою, але другорядною причиною. Інші кажуть, що купують, бо це є альтернативою безалкогольним напоям. Під час спортивних тренувань кофеїн позитивно впливає на споживачів, збільшуючи фізичну працездатність і аеробну витривалість – це було доведено в тестах на біговій доріжці, проведених Rahnata, які виявили, що максимальна кількість використаного кисню була вищою у спортсменів, які вживали енергетичні напої, ніж у тих, хто їх не вживав. Один із звітів від Davenport представляє дослідження про вплив споживання кофеїну, отриманого з енергетичних напоїв, велосипедистами, в результаті якого добавка кофеїну в кількості 200 мг за 35 хвилин до тренування здається оптимальною для отримання продуктивних покращень в гонці. Тим не менше, підвищення спортивних результатів також може бути пов'язане зі змінами сприйнятого зусилля, часу реакції, пізнання та/або настрою. На сьогоднішній день не вистачає достовірних даних, які підтверджують ефективність кофеїну в таких видах спорту, як спринт, легка атлетика, футбол, теніс, гандбол і хокей. Також відсутні дослідження ролі генетики, а існуючі розбіжності пов'язують з впливом кофеїну на ергогенні ефекти, особливо коли кореляція між кофеїном і спортивними результатами виглядає більш очевидною та підтверженою в науковій літературі [1].

Люди часто не приділяють достатньої уваги шкідливому впливу енергетичних напоїв. При щоденному споживанні напоїв підлітками віком 12–18 років Huhtinen виявили, що це пов'язано з виникненням головних чотирьох симптомів: головний біль, втома, проблеми зі сном і роздратування. Крім того, значним негативним ефектом є ризик інтоксикації кофеїном. Загальні ознаки отруєння кофеїном включають неспокій, збудження, діурез, нервозність, посмикування м'язів, безладний потік думок і серцеві аритмії. Враховуючи значну кількість інцидентів, зареєстрованих серед споживачів енергетичних напоїв, вченими було узагальнено наявні дані та встановлено причинно-наслідкові зв'язки між вживанням цих продуктів і розвитком ускладнень зі здоров'ям: високе споживання кофеїну (1000 мг або вище цього порогового значення), що походить від енергетичних напоїв, може викликати стрес, напади паніки або депресію у підлітків. Також повідомляється, що чоловіки-споживачі мають нижчий поріг чутливості до кофеїну, при якому може виникнути депресія [2]. Учені відмічають негативний вплив на організм змішування енергетичних напоїв з алкоголем. Це призводить до більш агресивної поведінки серед підлітків. Інша проблема пов'язана з маскуванням ефекту етанолу у 55,7 % споживачів, що заохочує молодших людей вживати алкоголь частіше.

Загалом, результати більшості досліджень демонструють позитивні ефекти від вживання енергетичних напоїв, адже вони є джерелом надходження енергії в організм. Разом із тим, зростання споживання енергетичних напоїв є негативним фактором, особливо при частому та надмірному вживанні, а також при змішуванні їх з алкоголем. До негативних наслідків також можна віднести можливий розвиток залежності. Ще одним фактором, на який мають звернути увагу потенційні споживачі, так це наявність цукру або цукрозамінників в енергетичному напої, при цьому штучні безкалорійні підсолоджувачі можуть викликати зміни мікробіоти кишківника, аналогічними до тих, які викликаються антибіотиками.

Список використаної літератури:

1. Gutiérrez-Hellín, J., & Varillas-Delgado, D. (2021). Energy Drinks and Sports Performance, Cardiovascular Risk, and Genetic Associations; Future Prospects. *Nutrients*, 13(3), 715. <https://doi.org/10.3390/nu13030715>.
2. Visram, S., Cheetham, M., Riby, D. M., Crossley, S. J., & Lake, A. A. (2016). Consumption of energy drinks by children and young people: a rapid review examining evidence of physical effects and consumer attitudes. *BMJ open*, 6(10), e010380. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2015-010380>.

А.А. Янчикова, студент гр. ТЗ-6, ФБСО
Науковий керівник: А.О. Климчук, д.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС У ЯПОНІЇ

Для кожного туриста будь-яка країна починається з готелю, де він зупинився, саме звідси він винесе своє перше враження про образ даної країни.

Усі готелі в Японії зовсім різні, кожен має свої особливості, своє обличчя, але об'єднує всіх без винятку японська чистота, повна відсутність натяку навіть на будь-який безлад, можливість вибору цінової політики, а також увага й повага до гостя. Зважаючи на це й на зростаючу потребу збереження та відповідального ставлення до навколишнього середовища і ресурсів, готельні підприємства Японії впроваджують у свою діяльність абсолютно нові та неочікувані для них послуги.

Отже, у Японії туристам пропонується широкий спектр розміщення – як у західному (європейському), так і в японському стилі, які відрізняються за класом та цінами. Готелі західного стилю розташовані по всій Японії, а в головних містах країни широко представлені готелі міжнародних готельних мереж. Класифікація готелів за категоріями комфортності дещо відрізняється від стандартів, прийнятих у багатьох країнах світу. Готелі в Японії поділяються не за «зірковістю», а за певними класами.

Готелі західного стилю є у всіх японських містах, а в головних містах країни широко представлені готелі знаменитих міжнародних готельних мереж. Обслуговуючий персонал цих готелів говорить по-англійськи. Більшість готелів західного стилю надають той самий набір послуг, що й інші готелі в будь-якій країні світу, включаючи опалення, телевізор, кондиціонер, плавальний басейн, торговельний і оздоровчий центри. Можлива додаткова послуга з надання перекладача.

Бізнес-готелі – відносно недавно з'явився тип готелів, які особливо цінують бюджетні мандрівники. Вони розташовані у всіх великих і в багатьох середніх містах країни, і в основному їхніми послугами користуються переважно японські бізнесмени під час відряджень. Як правило, це чисті і комфортабельні, але невеликі готелі, що представляють менше зручностей, ніж готелі вищого класу. Бізнес-готелі зручно розташовані поблизу залізничних станцій. Номери звичайно тільки для одномісного розміщення.

Щоб дізнатися, що таке справжня японська привітність, то не знайти більш вдалого місця для розміщення, ніж традиційні готелі в японському стилі рьокан. Саме в них збереглися прояви національної культури, серед них традиції, архітектура, розташування, архітектура, інтер'єр і сам порядок обслуговування гостей.

Номери в рьоканах зазвичай однокімнатні, великі, без перегородок. Підлоги в кімнатах покриті традиційними солом'яними матами «татамі», які у своїх оселях мають самі японці. З меблів представлений тільки низенький столик. Двері розсувні. Сплять на матраці «футон», який розстеляється увечері персоналом. Більшість готелів рьокан мають ванну загального користування, яка призначена для роздільного відвідування чоловіками і жінками.

У вартість проживання включене дворазове харчування: розкішна вечеря з делікатесами місцевої кухні і простий сніданок. Харчування тут забезпечується обслуговуючим персоналом у кімнаті проживання, який після вечері прибирає стіл і розстеляє «футон». Роль генерального менеджера в рьокані виконує завжди його власник. Відвідувачі при вході в рьокан повинні роззутися і надіти спеціально приготоване домашнє взуття. У кімнаті мешки знімають і по татамі ходять босоніж або в шкарпетках. Перед відвідуваннями громадських ванн необхідно обов'язково прийняти душ.

Інший прекрасний спосіб економії витрат під час подорожі по Японії, який також дає відмінний шанс зануритися в будні повсякденного життя країни, – це мінсюку. Японський еквівалент гостьового будинку, сімейний бізнес, заснований на здачі в оренду частини житлових приміщень. Відрізняється меншим набором послуг для туристів.

Зупинка на ніч у буддійських храмах є найбільш екзотичним способом нічлігу. Одні храми дозволяють гостям приєднатися до медитації дза-дзен, інші просто здають кімнати в оренду за плату. Якщо людям близька філософія дзен-буддизму, то варто спробувати переночувати в сукубо. Це «готель» при буддійському монастирі або синтоїстському храмі, вишуканий і аскетичний одночасно. Харчування в сукубо вегетаріанське, о 21:00 всі відходять до сну, а ранок починається зі спільної медитації.

Рекан – це тип японського готелю, виконаного в традиційному стилі, в якому зазвичай є кімнати, покриті татамі, загальні лазні та інші громадські місця, де гості можуть надіти повсякденне літнє кімоно і поговорити з власником. Рекани існують з VIII століття, саме тоді був заснований найстаріший готель у світі – Нісіяма-Онсен-Кейункан. Однак ці заклади все ще актуальні, а один з них став популярним завдяки своїм послугам. Цей готель називається «Му Cat Yugawara» і знаходиться в місті з гарячими джерелами Югавара. Тут, крім всіх стандартних пропозицій, також є «пробний» пакет, який дозволяє гостям на власному досвіді випробувати, як це – жити з кішкою.

У даний час у Японії, у місці технологій, на яке рівняються більшість країн-гігантів, працює багато цікавих та новітніх готелів, один з них отримав назву Henn-na. У ньому працюють 10 механічних гуманоїдів: три адміністратори на ресепшен, чотири швейцари, дві покоївки й гардеробник. Однак поки персонал готелю складають не лише роботи, в ньому також працюють 10 людей. При цьому фахівці планують, що в майбутньому роботи будуть виконувати в Henn-na 90 % всіх робіт.

Після реєстрації на ресепшені гостей Henn-na чекає зустріч з роботом-порт'є, який з легкістю доставить речі до потрібної кімнати. Крім того, в японському робо-готелі також є роботи, які відповідають за приготування кави, прибирання, доставку свіжої білизни та іншого.

Одна з причин, чому роботи стали популярними в індустрії гостинності, полягає в тому, що ідеї автоматизації та самообслуговування відіграють усе більшу роль у наш час. Використання роботів може призвести до покращення швидкості, економічності та точності обслуговування. У певних ситуаціях роботи можуть виконувати свою роботу з більшою точністю та послідовністю, ніж люди, і «людський фактор» усувається. Більше того, роботи можуть виконувати небезпечну роботу, і можуть бути запрограмовані на виконання дій, які людина не хотіла або не змогла б зробити.

При цьому і самі готелі побудовані сучасно: на дверях у номерах використовується технологія розпізнавання осіб, а в самих кімнатах встановлено системи визначення температури тіла людей, щоб виставити в приміщенні найбільш підходячу для гостя температуру.

Досить відомими в Японії є капсульні готелі, адже вони можуть забезпечити туристів найнеобхіднішим під час подорожі та є недорогими. Невеликі номери, як правило, надають лише мінімальний простір, в якому розташовані ліжко, світильник, можливо – плазмовий телевізор.

Готельна індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж.

Отже, готельний бізнес у Японії – це місце, де древність буде поруч із сучасністю, європейська культура – зі східною, а кам'яні джунглі – з древніми храмами. В останні роки столиця Японії – Токіо, увійшла в топ міст із найбільшою кількістю готелів. Готельний бізнес у Японії є важливою складовою туристичної промисловості країни і є однією з найбільш розвинених галузей.

Японські готелі відомі своєю високою якістю обслуговування та уважністю до деталей, що забезпечується національною культурою поваги до клієнта. У Японії розвинуто не тільки готельні мережі класу люкс, але й бюджетні готелі, які дуже популярні серед молоді та бюджетних туристів. Крім того, в Японії досить поширена мережа капсульних готелів, які пропонують відносно недороге проживання в обмеженому просторі. Багато готелів мають свої унікальні особливості, наприклад, традиційні японські «рюкан»-готелі, які пропонують клієнтам досвід японської культури та звичаїв.

На сьогоднішній день у Японії використовується досить багато новітніх комп'ютерних технологій у готельному бізнесі: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа та інформаційні системи менеджменту, які допоможуть цій країні розвинути ще більше у готельному бізнесі.

Список використаної літератури:

1. Готелі Японії. URL: <https://jladydaheroku.gitlab.io/yaponiya129/goteli-yaponi6855.html>.
2. Незвичайні готелі з Японії. Як заробити гроші? URL: <http://jak-zarobyty.pp.ua/3273-nezvichayn-gotel-z-yaponyi-yak-zarobiti-grosh.html>.
3. Перший готель, де працюють роботи, відкрився в Японії. URL: <https://www.unian.ua/science/1101669-u-yaponiji-vidkrivsvya-pershiy-gotel-de-pratsuyuyut-roboti.html>.

ГЛЕМПІНГ В УКРАЇНІ

Сучасними трендами розвитку суспільства є посилення взаємодії з навколишнім середовищем, зростання попиту на екологічне житло, одяг із натуральних тканин, їжа з органічних продуктів тощо. Завдяки усвідомленості та екологічній відповідальності більшість населення спрямовує свою діяльність у «природну» сферу, щоб організувати ведення екологічно чистого бізнесу. Тому субкультура кемпінг-туризму – відпочинку на природі – остаточно утвердила себе з появою модної течії екотуризму в стилі «глемпінг». Цей фактор знаменував собою момент остаточного оформлення кемпінг-індустрії як нового виду економічної діяльності, що спеціалізується на обслуговуванні масового самостійного туризму.

В Україні глемпінг знаходиться у стадії зародження. Він був започаткований у 2018 році, коли молоді підприємці Андрій Родкін і Олександр Коновалов вирішили запустити власне виробництво глемпів і стали першопрохідцями в цій сфері в Україні. У лютому 2018 року підприємці створили компанію Glamping UA. Наразі глемпи цієї компанії стоять у найдорожчих готельних комплексах.

Улітку 2020 р. франшизу глемпінгів в Україні запустив Артур Лупашко, засновник і генеральний директор керівної компанії Ribas Hotels Group. Він разом із партнерами створив мережу Glamping Mandra. Глемпінг Mandra має кілька локацій по Україні. У кожній локації стоїть кілька наметів та є різні розваги: наприклад, лазня, басейн або літній кінотеатр. У Затоці, на території, є майданчик для волейболу, місце для вогнища, мангал, каяки та загальна зона відпочинку. Другий глемпінг Mandra відкрили в 2021 р. на березі Канівського водосховища серед лісу. У глемпінгу в «Шато Трубецького» у Новій Каховці є навіть ресторан на території виноградні.

Новий проєкт Mandra Hills – це екоглемпінг на висоті 900 метрів у серці Закарпаття, розташований на схилах гори посеред незайманих лісів і полонин у селі Річка Міжгірського району.

Minimalist Glamping у Новій Дофінівці (Одеська область) вартує 101\$ на добу. Тут усього три куполи на двох, і всі вони неначе стоять просто на воді – кращого місця для зустрічі світанків на власній терасі й не вигадати! У кожному куполі є королівське ліжко, повністю устаткована кухня та комфортний санвузол. MNMLST Glamping розташований за 7 км від Одеси.

Глемпінг на базі МС6 у Славсько (Львівська область) вартуватиме від 1000 грн за добу. В резиденції дбайливо ставляться до природних ресурсів та пропагують відповідальний відпочинок. Кожен глемп має спальні місця з матрацами з підігрівом, шафи для речей та взуття, розетки для гаджетів, зручності. На території знаходиться відкрита кухня спільного користування з мангалом та грилем.

Stodola Camp у Долинівці (Львівська область). Вартість – 5000 грн за добу за весь комплекс. Це величезний шестимісний намет-вігвам у Карпатах. Окрім нього, тут є повноцінний будинок, який доступний для бронювання, а також приємні спільні зони для відпочинку на майже гектарі території.

Gm Eco Bubble у Яблуниці (Івано-Франківська область). Вартість – 3000 грн. Глемпінг у серці Карпат пропонує комфортне розміщення у напівпрозорих сферах. Усі глемпи мають двомісні ліжка, кондиціонер, електроплиту, піч та доступ до інтернету. Має зручне розташування поблизу курорту Буковель.

Shalash Glamping у Царівці (Житомирська область). Вартість – від 2000 грн. Зовсім молодий лісовий глемпінг. Комплекс наметів розташований на території готелю «Царів Хутір», тож тут буде спокійно тим, для кого відпочинок у наметі посеред лісу – занадто тривожний досвід. Крім того, можна харчуватися в ресторані готелю, відвідувати готельний басейн та літній кінотеатр просто неба.

ROYAL Glamping у Кийлові (Київська область). Вартість – від 3000 грн. Різний характер Дніпра та дивовижні краєвиди славних Трипільських круч надихають на нові звершення. Відпочити можна у двоповерхових наметах біля Дніпра.

Глемпінг ZatiШье у с. Хмільна (Київська область). Вартість – 2000 грн. Можна розміститися в глемпах, наметах чи екобудиночках. На території є відпочинкові зони, можливість орендувати велосипед, відправитися на рибуловлю, пограти в пейнтбол або відпочити в чанах.

Глемпінг «Шатро» в Уляниках (Київська область). Вартість – від 3800 грн за великий шестимісний намет. Із бонусів цього місця – готовий сніданок, приємна тераса й власна комфортна ванна кімната.

Отже, глемпінги в Україні існують у різних ландшафтних зонах: гірські масиви, приморські райони, узбережжя річок і лісові масиви; здебільшого мають високий рівень комфортності; вартість розміщення за добу починається в середньому від 1000 грн за двомісне розміщення і сягає 9500 грн. Цільова аудиторія такого відпочинку, українці 25–40 років із середнім і вище середнього рівнем доходу. Молоді люди прагнуть отримати нові емоції і досліджувати незнайомі місця. Основна аудиторія глемпінгів – це представники креативної економіки, IT-фахівці і досвідчені мандрівники, які вже спробували такий відпочинок за кордоном. Зазвичай це пари без дітей, хоча все залежить від формату глемпінгу.

Список використаної літератури:

1. What Is Glamping? Glamping.com: website. URL: <https://www.glamping.com/what-is-glamping/>.
2. Поколюда М. М., Полчанінова І. Л., Рябев А. А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 157–169.
3. The History of Glamping. The Glamping Association: website. URL: <http://surl.li/hryhi>.
4. Зарихта Д. А. Глемпінг: перспективи розвитку в Україні. *IV Міжнародна студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання»*. 2021. С. 251–252. URL: <http://surl.li/hryhl>.