

Особливості складання меню в закладах ресторанного господарства

Складання меню залишається актуальною темою в ресторанному бізнесі у 2024 році з кількох причин: зростаюча конкуренція (у ресторанній сфері конкуренція стає все жорсткішою, як онлайн, так і офлайн. Ресторанам, щоб залишатися конкурентоспроможними, потрібно знаходити способи виділитися на тлі конкурентів та залучити клієнтів. Добре продумане та актуальне меню може бути потужним інструментом для досягнення цієї мети); зміна уподобань споживачів (уподобання та очікування споживачів постійно змінюються, і ресторанам важливо йти в ногу з цими змінами. Меню повинне відображати актуальні тенденції та пропонувати страви, які зацікавлять сучасних клієнтів); підвищення уваги до харчування та здоров'я (все більше людей звертають увагу на те, що вони їдять, і віддають перевагу здоровим та збалансованим стравам. Меню повинне пропонувати різноманітні варіанти для людей з різними харчовими потребами та обмеженнями); зростання популярності онлайн-замовлень (онлайн-замовлення їжі стають все більш популярними, і ресторани повинні мати зручні та актуальні онлайн-меню. Це дозволить клієнтам легко переглядати меню, робити замовлення та оплачувати їжу онлайн); вплив пандемії COVID-19 та війни (пандемія COVID-19 призвела до значних змін у ресторанній індустрії. Ресторанам довелося адаптуватися до нових правил та обмежень, а також до змін у поведінці клієнтів. Меню повинне відображати ці зміни та пропонувати страви та послуги, які відповідають потребам клієнтів у посткарантинний період) [4].

Меню – основа ресторанного бізнесу. Це не просто список страв, які подають у закладі, а спосіб запропонувати відвідувачеві те, що йому найцікавіше, захопити його увагу [1]. Вступне слово в меню є його обличчям. Воно має відображати концепцію закладу, його стиль і характер. В цій частині можна включити назву ресторану, його спеціалізацію, філософію кухні або навіть коротку історію закладу. Вступ допомагає створити перше враження і встановити тон для всього досвіду відвідування ресторану.

Меню – це візитна картка ресторану і спосіб реклами [2]. При складанні меню слід керуватися ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства».

Складання меню в ресторані та кафе можна поділити на кілька етапів. Спочатку формується концепція: групи напоїв та страв, позиції з кожної групи та цінові категорії. Потім тестова дегустація, після якої відбираються ключові страви меню. Фінальна стадія – створення калькуляційних карт, технологічних карт страв та вибір оптимальної подачі відвідувачеві.

Основна частина меню містить самі страви, напої і страви, які пропонуються у закладі. Це серце меню, де представлені всі доступні опції для клієнтів. Основна інформація повинна бути організована логічно, наприклад, за категоріями страв (наприклад, закуски, супи, основні страви, десерти) або за видами кухні (італійська, японська, традиційна тощо). Кожна страву повинна мати короткий, але інформативний опис, що описує її склад і особливості.

Складання ефективного ресторанного меню вимагає уваги до різноманітних аспектів, щоб забезпечити задоволення клієнтів і успішну роботу закладу (табл. 1).

Таблиця 1 – Важливі аспекти меню

| Аспект | Опис |
|----------------------------|---|
| Різноманітність | Меню повинно містити різні види страв, враховуючи смаки і дієтичні вподобання клієнтів. |
| Сезонність | Включення сезонних інгредієнтів і страв для максимізації свіжості і смакових відчуттів. Періодичне оновлення меню відповідно до сезону. |
| Якість і джерело продуктів | Використання високоякісних інгредієнтів, які відповідають гастрономічним стандартам. Уважність до джерела і походження продуктів. |
| Цінова стратегія | Задання конкурентоспроможних цін, враховуючи якість страв і цільову аудиторію. Оптиміальне співвідношення ціни і якості. |
| Популярність страв | Аналіз популярності і реакції клієнтів. |
| Стиль подачі | Уважне планування стилю подачі страв, щоб забезпечити естетичність і привабливість. Креативність у використанні посуду та декору. |

Успішне ресторанне меню вимагає комплексного підходу до вибору страв, їх якості, цінової стратегії та подачі. Врахування цих важливих аспектів допоможе забезпечити задоволення клієнтів, привабливість закладу і його успішну роботу.

Оновлення меню з урахуванням сезонності та реакції клієнтів допоможе підтримувати і підвищувати його популярність у галузі ресторанного бізнесу.

Складання меню в закладах ресторанного господарства – це стратегічний процес, який вимагає уваги до деталей, розуміння смакових уподобань клієнтів, аналізу ринку і вміння працювати з доступними інгредієнтами. Особливості цього процесу включають наступні аспекти:

1. Аналіз цільової аудиторії: перед складанням меню важливо визначити цільову аудиторію закладу. Різні групи людей мають різні смакові уподобання, дієтичні обмеження і фінансові можливості. Меню повинно відповідати потребам цільової аудиторії, забезпечуючи різноманітні опції.

2. Розгляд концепції закладу: меню повинно відображати концепцію ресторану або кафе.

3. Розгляд сезонності і доступності інгредієнтів: меню повинно відображати сезонність продуктів. Використання свіжих, сезонних інгредієнтів підвищує якість страв і може зменшити витрати. Також важливо враховувати доступність інгредієнтів на ринку.

4. Різноманітність і баланс: меню повинно бути різноманітним, пропонуючи страви різних видів: закуски, супи, основні страви, десерти. Також важливо забезпечити баланс у складі меню: різні види м'яса, риби, овочів, гарнірів тощо.

5. Цінова стратегія: цінова політика повинна бути розроблена з урахуванням собівартості страв, конкурентів на ринку і фінансових можливостей цільової аудиторії. Меню повинно містити оптимальне співвідношення ціни і якості страв.

6. Естетика та презентація страв: привабливе оформлення страв і їх подача також мають значення. Естетичний вигляд страв збільшує апетит і створює позитивне враження про заклад.

7. Оновлення і тестування: меню потребує постійного оновлення і тестування. Важливо слухати відгуки клієнтів і аналізувати популярність різних позицій в меню [3].

Крім вищезазначеного, при складанні меню також слід врахувати:

- час роботи – меню може відрізнитися залежно від часу доби, наприклад, сніданок, обід, вечеря;

- спеціальні пропозиції – меню може містити спеціальні пропозиції, такі як щоденні страви або сезонні страви;

- десерти та напої – меню має пропонувати широкий вибір десертів та напоїв;

- виноградна карта – ресторани з винною картою повинні ретельно її продумати, щоб запропонувати клієнтам широкий вибір вин, які поєднуються з їжею;

- дитяче меню – ресторани, які прагнуть до сімейної аудиторії, можуть запропонувати дитяче меню;

- алергени – у меню повинна бути чітко позначена інформація про алергени, щоб люди з алергією могли безпечно робити замовлення;

- вегетаріанські та веганські страви – у меню повинні бути страви, які підходять для вегетаріанців та веганів;

- харчові обмеження – у меню повинна бути інформація про страви, які підходять для людей з певними харчовими обмеженнями, наприклад, для людей з глютенною непереносимістю.

Врахування цих особливостей допоможе створити збалансоване, привабливе і прибуткове меню для ресторанного закладу, яке задовольнить смаки і очікування клієнтів.

Складання меню – це важливий процес, який потребує ретельного продумування та врахування багатьох факторів. Добре складене меню може допомогти ресторану:

1. Привернути увагу клієнтів. Привабливе та інформативне меню може зацікавити потенційних клієнтів і спонукати їх зайти до ресторану.

2. Збільшити продажі. Меню, яке правильно презентує страви та напої, може спонукати клієнтів замовити більше.

3. Підвищити задоволеність клієнтів. Чітке та зрозуміле меню може допомогти клієнтам зробити правильний вибір страв і напоїв, що призведе до більш приємного досвіду.

4. Сформуванню іміджу ресторану. Меню може допомогти ресторану створити певний імідж, наприклад, елегантний, сімейний або невимушений.

Отже, складання меню – це постійний процес, який потребує регулярного оновлення та вдосконалення. Ресторани повинні відстежувати продажі, збирати відгуки клієнтів та аналізувати тенденції, щоб вносити необхідні зміни до своїх меню.

Список використаних джерел

1. Лошакова Н. Як скласти меню для ресторану або кафе. *Poster POS*. URL: <https://joinposter.com/ua/post/rozrobka-menu-dlya-kafe> (дата звернення: 01.05.2024).

2. Постова В.В. Меню за QR-кодом : безпечне та зручне рішення для ресторанів під час війни. *Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств* : тези доп. XV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Дніпро, 3 квіт. 2024 р.). Дніпро, 2024. С. 205-206.

3. Постова В.В. Новітні тенденції сервісу в ресторанному бізнесі (на прикладі ринку ресторанних послуг м. Вінниця). *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 верес. 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. С. 230-243.

4. Klymchuk A., Postova V., Moskvichova O., Hryhoruk I. Crisis Management of Restaurant Business in Modern Conditions. *Journal of Environmental Management and Tourism*, [S.l.], v. 12, n. 4, June 2021. p. 977-985/

Безрукава В.В.

Піскова Ж.В., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ДУАН
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

Організація прийому ділових партнерів Польща- Київ в конгрес-готелі «Верховина»

Сучасний бізнес неможливий без активного обміну інформацією, оволодіння новими технологіями, участі в міжнародних конгресах, семінарах, виставках тощо. Все це входить в сферу ділового туризму. Завдяки цій туристичній індустрії відбувається приплив нових ідей в економіку, підкорення нових ринків.

Діловий туризм – один з найбільших перспективних напрямків сучасного туризму. Високі темпи її розвитку зумовлюють насамперед глобалізацію світової економіки та «стирання кордонів». Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але вирушаючи в таку подорож, вони не просто хочуть поїхати на виставку, семінар, конференцію – вони йдуть за новими можливостями для свого бізнесу. Професійно-діловий туризм - це вид туризму, який спрямований на забезпечення поїздок та подорожей для потреб бізнесу і ділової сфери. Цей вид туризму охоплює поїздки до конференцій, виставок, семінарів, переговорів, зустрічей з партнерами і клієнтами, а також інших подій, пов'язаних із бізнесом. Професійно - діловий туризм відіграє важливу роль у сучасному світі бізнесу та набуває все більшої популярності, оскільки бізнес спільнота все частіше відвідує різні країни та регіони для розширення своїх можливостей, знаходження нових ринків та встановлення партнерських зв'язків. Також дозволяє проводити переговори, презентації, конференції й інші подібні заходи в інших містах і країнах. Його основна мета полягає в забезпеченні потреб учасників належного сервісу та логістичної підтримки.

Важливим елементом професійно – ділового туризму є організація та підтримка подорожей бізнесменів. Це включає в себе бронювання готелів, авіаквитків, трансферів, організацію зустрічей та вражень, а також підтримку під час перебування в іншій країні.

Окрім того, професійно – діловий туризм може включати інші послуги, такі як організація бізнес – ланчів та вечерь, надання перекладницьких послуг, допомога у веденні бізнес – справ та інше.

Цей вид туризму має велике значення для розвитку бізнесу та економіки країни, оскільки він сприяє розширенню міжнародних зв'язків, обміну досвідом та знаннями, а також залученню нових інвестицій та партнерів. Спроектуюмо прийом для ділових пратнерів і надамо програму цього прийому.

Конгрес – готель Верховина класу 3 зірки. Має зручне розташування та добре підходить для екскурсій по місту. До центру міста 12.4 км, до найближчого аеропорту «Міжнародний аеропорт «Київ» імені Ігоря Сікорського (Жуляни)» – 7 км, Міжнародний аеропорт «Бориспіль» - 38 км. Поблизу готелю багато визначних місць,що автоматично робить його привабливим та цікавим для іноземних делегацій. А саме багато парків та ботанічних садів, музеї, Батьківщина – Мати, обеліск місту – герою Києву, 3 станції метро, лиса гора, різноманітні ресторани та кафе.

До послуг у готелі для туристів входить: парковка для авто, доступ до швидко якісного інтернету, доставка їжі та напоїв у номер, номери зі зручностями для людей з обмеженими можливостями, номери з окремими кабінетами для роботи, зали для конференцій, трансфер, затишний ресторан та окремі банкетні зали, а також дитячий майданчик. У готелі завжди раді прийняти іноземних туристів, обслуговуючий персонал вільно володіє англійською мовою. Також на території готелю є укриття.

Метою поїздки польських партнерів до Києву стало обговорення та перегляд умов для обміну студентів на виробничу практику. Ця поїздка дуже вигідна для компанії та студентів, які починають працювати в них, так як в них будуть спеціалісти з міжнародним досвідом.

Програма прибуття групи ділових партнерів (10 людей) з Польщі до Києва повністю підлаштована під нинішні реалії війни. Запланований візит на період з 1 травня по 7 травня 2024 року.

У програмі прибуття польських партнерів до Києву планується рейс з пересадкою, через відсутність прямого рейсу на заплановану дату. Розробка програми прибуття, етапи підготовки усіх технічних моментів.

1. Пошук та домовленість з перекладачем, який буде супроводжувати ділову поїздку з Польщі до Києва.

2. Бронювання трансферу від точки А – Бізнес – центру Warsaw Spire до точки Б – залізничної станції «Варшава – Служивець».

3. Бронювання 10 білетів по території Польщі для партнерів через сервіс Polrail Service зі станції «Варшава Служивець» до станції «Перемишль – Головний».

4. Обговорення порядку зустрічі делегації на станції « Перемишль – Головний» з керівниками вокзалу. А саме: затишна кімната для очікування, напої та снеки для 10 людей у період очікування пересадки.

5. Бронювання квитків першого класу на потяг зі станції «Перемшль – Головний» до станції Центрального залізничного вокзалу Києва через сервіс РКР Інтерсіті. Билети першого класу Інтерсіті забезпечують більш комфортні місця, більше простору для ніг, більш комфортні крісла, зарядка біля кожного крісла, та відкидний столик.

6. Бронювання трансферу з залізничного вокзалу Києва з 5:00 ранку до 8:00 ранку (час взято з запасом на випадок форс – мажору). Так як у Києві комендантська година з 00:00 до 05:00, завчасно надісланий запит на дозвіл для пересування трансферу по Києву та Київській області у період комендантської години. Через те, що трансфер о 5:00 ранку вже повинен бути на вокзалі.

7. Зустріч ділових партнерів на залізничному вокзалі Києва та транспортування до місця проживання у конгрес – готелі Верховина.

8. Бронювання квитків на 10 людей на потяг до Польщі на 7 травня. Бронювання білетів на потяг буде здійснено на залізничному вокзалі Києва.

9. Бронювання трансферу з конгрес – готелю Верховина до залізничного вокзалу Києва.

10. Бронювання окремої кімнати очікування на залізничному вокзалі Києва з напоями та снеками.

11. Після прибуття групи до Варшави усі наступні перевезення здійснюються за особистий рахунок.

Програма розміщення ділових партнерів (10 людей) у конгрес – готелі Верховина в Києві.

По прибуттю ділових партнерів у конгрес – готель Верховина їх будуть чекати на рецепції вже підготовлені ключ - карти від номерів. На ранок в готелі белл – бой вже надав усі ключі, допоміг з багажем та провів до номерів.

На делегацію з 10 людей було знято 5 номерів (розселення було за бажанням в хаотичному порядку).

До оплачених послуг готелю також входить: їжа та безкоштовні напої на час перебування в готелі, ресторан зі шведським на сніданок, обід та вечеря або ланч – бокси з собою. Та саме головне укомплектовані конференц-зали для переговорів та ділових зустрічей.

План на перший день перебування ділових партнерів у Києві:

- Прибуття в конгрес - готель Верховина о 6:00 ранку
- О 6:10 заселення, оформлення документів видача ключ – картки кожному на руки
- Пізній сніданок об 11:00 до 11:30 виключно для членів делегації
- О 12:00 міні знайомство з готелем та територією та видача листів - брошур з усіма запланованими заходами на тиждень рис. 3.4

- 13:00 зустріч ділових партнерів з Варшави та Києву

- з 13:00 до 15:00 діловий бранч та конференція у спеціалізованому залі

- з 18:00 до 20:00 вечеря

- Після вечері вільний від заходів час

Професійно – діловий туризм, як галузь економіки, здатний створити передумови для ефективного економічного підйому низки українських регіонів, збільшення зайнятості населення, найбільш повного задоволення потреб громадян.

Отже, можна сказати, що професійно - діловий туризм займає значне місце на ринку, пропонуючи компаніям та бізнес – клієнтам необхідні послуги для успішного проведення робочих заходів та сприяючи розвитку міжнародного бізнес – спілкування.

Список використаних джерел

1. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С. І. Нікітенко // Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. – 2006. – Том 52. – Вип. 39.

2. Жученко В.Г. Особливості організації ділового туризму в Україні та сучасний стан його розвитку / В. Г. Жученко, К. Г. Діденко // Економіка. Фінанси. Право. – 2012. – № 12/2. – С. 13-15.

3. Уліганець С.І., Дмитрук О.Ю., Стригун О.Г. Перспективи розвитку ділового туризму. Географія та туризм: наук. збірник. 2018. Вип. 6.

4. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. Економіка і менеджмент культури. 2016. №1.

Бистрицька В.М., студентка ТЗ-10, ФБСО
Ярмолюк Д.І. викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Екстремальний туризм в Україні

Екстремальний туризм в Україні – це сфера, яка привертає увагу як досвідчених мандрівників, так і початківців, які бажають відкрити для себе нові межі емоцій та вражень. Цей вид туризму базується на виконанні складних, непередбачуваних та часом небезпечних подорожей, спрямованих на отримання незабутніх вражень та адреналінових емоцій. Завдяки унікальним природним умовам, розмаїттю географічних ландшафтів та культурних особливостей, Україна пропонує багатий спектр можливостей для екстремальних пригод.

Україна має значні природні ресурси для розвитку екстремального туризму, такі як гірська система Карпат, обширна акваторія з великою кількістю річок, озер, а також доступ до Чорного та Азовського морів. На міжнародному рівні екстремальний туризм вважається перспективним сектором туристичного ринку, що не вимагає великих вкладень у своє облаштування та розвиток. Цей вид туризму включає різноманітні активності, які можуть бути здійснені як з використанням спеціального спортивного обладнання, так і без нього. Тому дослідження структури екстремального туризму в країнах світу, а також вивчення потенціалу та тенденцій розвитку цього напрямку в Україні є надзвичайно важливим. [1, с. 130].

Екстремальний туризм в Україні є одним із найцікавіших та найбільш затребуваних видів туризму серед сучасної молоді та активних любителів пригод. Цей вид туризму поєднує в собі емоції від вражаючих природних крас та екстремальних видів діяльності, що робить його особливо привабливим для багатьох людей.

Для любителів гострих відчуттів в Україні є безліч можливостей:

- Гірський туризм: Карпати, що тягнуться через західну частину України, пропонують безліч маршрутів для походів різної складності, від мальовничих стежок для початківців до складних сходжень на вершини для досвідчених альпіністів [2, с. 109].
- Сплав по річці: річки України, такі як Дніпро, Південний Буг та Десна, пропонують захоплюючі сплави по порогах для любителів рафтингу та каякінгу.
- Стрибки з парашутом: з різних аеродромів по всій країні можна здійснити стрибки з парашутом, насолоджуючись панорамними краєвидами України з пташиного польоту.
- Спелеологія: в Україні є безліч печер, які можна досліджувати, деякі з них ведуть до підземних річок та озер.
- Велосипедні подорожі: Україна має розгалужену мережу велосипедних маршрутів, які проходять через різноманітні ландшафти, від мальовничих гір до мальовничих лісів та полів.
- Військовий туризм: для тих, хто цікавиться військовою історією, Україна пропонує екскурсії до місць бойових дій, музеї та реконструкції історичних битв.

Перш за все, карпатські гори в Україні є одними з найбільш популярних місць для екстремальних пригод. Тут можна займатися гірськими походами, альпінізмом, катанням на лижах або сноубордах. Різноманітність гірських масивів дозволяє обирати маршрути будь-якої складності, а мальовничі краєвиди заохочують до подолання нових висот.

Лижний туризм є одним з найбільш розвинених видів екстремального туризму в Україні, особливо в Карпатах. Станом на початок 2020 року в Україні було відомо 56 гірськолижних курортів, що є помітним показником, але в порівнянні зі Словаччиною (96 курортів) все ж можна відзначити різницю в кількості таких об'єктів. Гірські лижі стали одним з найдавніших видів активного відпочинку та розваг, і їх популярність продовжує зростати з часом. Крім того, обслуговування на гірськолижних курортах зараз значно покращене порівняно з минулим, що особливо помітно за останні десять років і в порівнянні з періодом 1970-80-х років. Більшість курортів пропонують траси як для досвідчених лижників, так і для новачків, що дозволяє задовольнити потреби різних рівнів вмінь і навичок [1, с. 134].

В Україні також досить розвинене скелелазіння. Це вид альпінізму, головна відмінність якого полягає в тому, що підйом відбувається по кам'янистій місцевості, а не по горі. В нас розвинутий у великих містах. Є багато клубів скелелазіння, але гострий дефіцит районів, які можуть бути придатними для цього виду екстремального туризму. Найпопулярнішим місце є скельні утворення в Житомирі, Вінниці, Кам'янці Подільському та Криму. У Житомирській області проводять фестивалі скелелазіння.

На Львівщині та Івано-Франківщині розвивається активний туризм у вигляді велопоходів та каякінгу. Велосипедні маршрути пролягають через панорамні місця, старовинні замки та зелені ліси, що робить подорож ще більш захоплюючою. Каякінг на гірських річках також набирає популярності серед любителів активного відпочинку.

Велотуризм цей вид здебільшого асоціюється з появою МТВ (гірський велосипед). Часто для такого туру вибирають складний маршрут – в ідеалі гори, ліси та бездоріжжя. В Україні є багато різних категорій маркованих велосипедних маршрутів. Найпопулярніші і найскладніші маршрут – у Карпатах. Тут також є траси для швидкісного спуску – маунтинбайкінгу.

Літнім екстремальним видом туризму є сплави на рафах на річках, таких як Дністер чи Чорний Черемош. Це дозволяє не лише відчувати адреналін від пройдених порогів, але й насолодитися природною красою українських ландшафтів. В основному розрізняють такі види рафтинг-турів: одноденні та багатоденні тури. Туристів можна знайти на Південному Бузі (район з Мігейськими порогами), Десні, Черемоші та Дністрі. Це пов'язано з великою кількістю туристичних агентств, які з'явилися в цьому напрямку за останні 5 років. Використання новітнього обладнання в поєднанні з рекламною кампанією привернуло величезний наплив туристів, що робить даний вид екстремального напрямку найпопулярнішим [1, с. 135].

На узбережжі Чорного та Азовського морів екстремальними видами туризму є кайтсерфінг та скейтсерфінг. Сильні вітри та просторі пляжі роблять ці місця ідеальними для занять водними видами спорту.

Не можна також забувати про підземні тури в Україні. Відвідуючи кришталеві печери, шахти чи підземні річки, туристи мають унікальну можливість досліджувати та дізнаватися про таємниці недосяжного світу під землею.

Переваги екстремального туризму в Україні:

- Різноманіття: Україна пропонує широкий спектр екстремальних видів туризму на будь-який смак та рівень підготовки.
- Доступність: ціни на екстремальний туризм в Україні порівняно невисокі, що робить його доступним для туристів з різним бюджетом.
- Безпека: екстремальний туризм в Україні організовується професійними компаніями, які гарантують безпеку своїх клієнтів.
- Краса природи: Україна - це красива країна з мальовничою природою, яку можна побачити під час екстремальних подорожей.
- Гостинність: український народ відомий своєю гостинністю та дружелюбністю, що зробить ваше перебування в країні незабутнім [3, с. 18].

Оскільки туризм з кожним роком стає більш доступним для людей, з'явилися туристи, для яких всі унікальні та захоплюючі враження екстремального туризму сприймаються, як щось буденне. Для таких людей, стандартна туристична подорож є недостатньою, принаймні частково через очікування нових вражень і нових захоплень. Як наслідок, туристична індустрія все більше прагне запропонувати щось нове. Це створює основу для все більш екстремальних форм подорожей.

Екстремальний туризм в Україні – це не просто спосіб проведення відпустки, але й можливість відкрити для себе нові грані власних можливостей та дослідити найцікавіші куточки країни. Ця форма подорожей приваблює людей різного віку та інтересів, надаючи можливість відчувати адреналін, насолодитися природною красою та долучитися до активного способу життя. Проте, важливо пам'ятати про безпеку та відповідальне ставлення до природи та культурних цінностей країни. Екстремальний туризм українських просторах не лише сприяє розвитку туристичної індустрії, але й допомагає зберегти та популяризувати національне надбання серед вітчизняних та зарубіжних туристів. Інтерес до активних подорожей по всьому світу підсилюється швидким розвитком різноманітних технологій науково-технічного розвитку, таких як Інтернет, Глобальна система позиціонування (GPS), соціальні мережі, фотографії тощо. Попит зростає через зростання рівня наявного доходу в усьому світі та зростання інтересу споживачів до нових вражень. В результаті більше людей можуть дозволити собі відпочинок і вибрати більше різноманітні авантюри пригоди. Тому спільні зусилля місцевих міністерств туризму та спорту мають бути спрямовані на модернізацію та популяризацію екстремальних подорожей та суміжних видів спорту. В екстремальному туризмі спостерігається тенденція до відмови від посередництва, що означає ліквідацію туроператорів або туристичних агентств, які традиційно пов'язують споживачів на вихідних ринках з постачальниками послуг. Оскільки турист може отримати всю необхідну інформацію про постачальника в Інтернеті, він, швидше за все, зв'яжеться з постачальником безпосередньо. Тенденція припинення посередництва більш виражена на зрілих ринках, але, ймовірно, призведе до змін у ланцюгах пропозицій в Україні та у країнах, що розвиваються в найближчі десятиліття.

При аналізі перспектив розвитку української індустрії екстремального туризму в найближчі десять років, перше, що необхідно підкреслити, це те, що екстремальний туризм – це та галузь економіки і суспільства в цілому, яка певною мірою інтегрується майже всі галузі. Тому, й займає одне і провідних місць. Цей фактор має стати основним чинником формування нового державного підходу до екстремального туризму, як до галузі туризму, що може позитивно вплинути на економічну та соціальну ситуацію всієї країни, стимулювати ряд важливих сфер економіки та посилити позиції України на світовому ринку.

Список використаних джерел

1. Паньків Н., Дрозд Н. Тенденції розвитку екстремального туризму в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 6. Том 1. С. 130-145.
2. Ткачук Л. Сутність туризму як багатоаспектного суспільного явища. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2017. № 2 (66). С. 109-113
3. Бут Т. В. Визначення проблем та перспектив розвитку екстремального туризму в Україні. Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку. 2019. № 1 (07). С. 18-30.

Богач Н.В., студент, гр. ТЗ-7М, ФБСО
 Науковий керівник – Каленська В.П. старший
 викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
 Державний університет «Житомирська політехніка»

Інноваційні зміни у розвитку малого та середнього бізнесу: підходи та результати

Сучасні тренди в розвитку МСБ змушують їх власників та менеджерів переглядати свої стратегії та підходи до управління. Одним з таких трендів є стрімке зростання технологічних можливостей та їх вплив на бізнес-процеси. Розвиток інтернет-технологій, штучного інтелекту, аналітики даних та автоматизації створює нові можливості для МСБ у сферах ефективності, маркетингу, зв'язку з клієнтами та управління в цілому [1].

Другим важливим трендом є зміна у споживчих уподобаннях та очікуваннях споживачів. Зростає попит на персоналізовані послуги, швидкість обслуговування та екологічно чисті продукти. Ці зміни ставлять підприємствам перед завданням швидко реагувати на зміни у попиті та пристосовувати свою діяльність до вимог ринку. Також варто відзначити зростання конкуренції в бізнесі, особливо у віртуальному просторі. З поширенням електронної комерції та онлайн-платформ збільшується кількість учасників ринку, що вимагає від МСБ постійного вдосконалення своїх продуктів та послуг, а також зміцнення їхньої унікальності та конкурентоспроможності. Крім того, у сучасному світі набуває актуальності питання сталого розвитку та корпоративної відповідальності. Суспільна свідомість щодо проблем збереження довкілля, соціальної відповідальності та етичного бізнесу зростає, тому МСБ повинні уважно враховувати ці аспекти у своїй діяльності та управлінні [2].

Інноваційні підходи охоплюють широкий спектр стратегій та методів, спрямованих на розвиток та удосконалення діяльності підприємств. Всі типи інноваційних підходів можуть бути використані підприємствами для підвищення їхньої конкурентоспроможності та стабільності на ринку – рис. 1.

Наукові дослідження та публікації в галузі інноваційного управління МСБ широко досліджуються та систематизуються у відповідних академічних журналах та публікаціях. Однією з ключових тенденцій, виявлених у цих дослідженнях, є зростання уваги до ролі інновацій у підтримці конкурентоспроможності та стійкості МСБ. Дослідники акцентують на необхідності постійної адаптації та впровадження нововведень для забезпечення успіху на ринку [4].

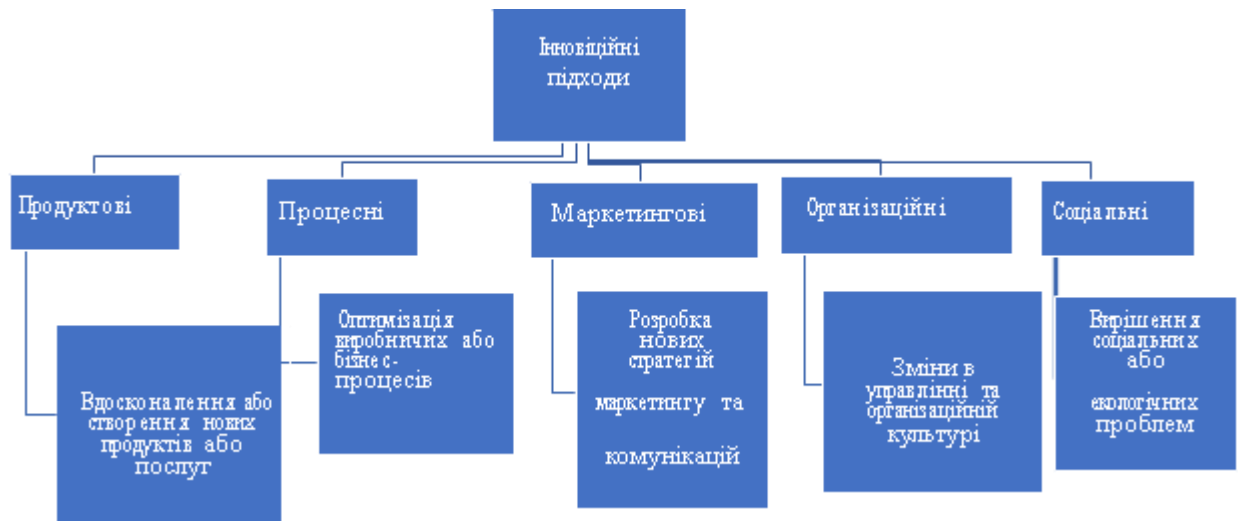


Рис. 1. Види інноваційних підходів у сфері МСБ
 Джерело: [3]

Наукові дослідження також підкреслюють важливість навчання та розвитку персоналу у контексті інноваційного управління. Успішні МСБ вкладають у навчання свого персоналу, створюючи спеціальні програми та курси для розвитку навичок у сфері інновацій та відповідного управління. У контексті інноваційного управління малим та середнім бізнесом навчання та розвиток персоналу виявляються ключовими факторами для досягнення конкурентної переваги та стабільного росту. Ефективна команда, що володіє актуальними знаннями та навичками, може стати каталізатором для впровадження новаторських ідей та стратегій у практику ділової діяльності. Навчання персоналу дозволяє адаптувати

підприємство до швидкозмінного економічного середовища, вдосконалювати процеси виробництва, підвищувати якість продукції та обслуговування, а також сприяє розвитку креативних та інноваційних рішень. Таким чином, інвестування у навчання та розвиток персоналу стає стратегічним пріоритетом для малих та середніх підприємств, що прагнуть забезпечити свою конкурентоспроможність та стійкий розвиток у сучасному бізнес-середовищі [5].

Інноваційні стратегії та методи управління малими та середніми бізнесами є ключовими факторами їх успішності та стійкості на ринку. Однією з таких стратегій є активне використання технологій. Наприклад, компанія Airbnb змогла революціонізувати галузь гостювого ринку, використовуючи цифрову платформу для обміну житлом. Цей підхід дозволив їй швидко здобути популярність та відмінитися на ринку, показуючи, як використання технологій може перетворити МСБ на масштабні підприємства. Іншою важливою стратегією є створення партнерських відносин. Наприклад, невеликий виробник меблів може встановити партнерські відносини з дизайнерами інтер'єру або архітекторами для спільного розроблення та продажу унікальних продуктів. Це дозволяє МСБ отримати доступ до нових ринків та клієнтів, залучити нові ідеї та вміння, та збільшити свій обсяг продажів. Поряд з цим, ефективно використання інноваційних методів управління, таких як agile-метод, може значно покращити результативність МСБ.

Отже, для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності на ринку, МСБ можуть впроваджувати наступні інноваційні підходи:

1. Активне вивчення ринку та конкурентів. Рекомендується постійно відстежувати тенденції ринку та дії конкурентів. Це дозволить МСБ адаптувати свою стратегію та виробити до змін у вимогах споживачів та конкурентному середовищі.

2. Створення інноваційної культури. Важливо виробити серед персоналу відкрите мислення та стимулювати їх до пропозиції нових ідей та рішень. Інноваційна культура в організації сприяє пошуку новаторських шляхів вирішення проблем та вдосконаленню процесів.

3. Інвестування у дослідження та розвиток. МСБ можуть розвивати свої технології та продукти, інвестуючи у дослідження та розвиток. Це допоможе створити конкурентні переваги та підвищити якість виробів.

4. Співпраця зі стартапами та інноваційними компаніями. МСБ можуть здійснювати партнерство зі стартапами та інноваційними компаніями для спільного розвитку та впровадження нових технологій та ідей.

5. Фокус на клієнтів. Важливо зосередитися на потребах та очікуваннях клієнтів та постійно працювати над вдосконаленням продуктів та послуг. Розуміння потреб ринку допоможе МСБ стати більш конкурентоспроможними.

6. Креативні маркетингові стратегії. Впровадження новаторських маркетингових стратегій та просування продуктів та послуг може вирізняти МСБ на ринку та привертати нових клієнтів.

Застосування цих рекомендацій дозволить МСБ стати більш стабільними та конкурентоспроможними на ринку, забезпечуючи їхнє успішне функціонування у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Chatterjee S., Chaudhuri R., Vrontis D. and Galati A. Influence of managerial practices, productivity, and change management process on organizational innovation capability of small and medium businesses. *European Business Review*. 2023. Vol. 35 No. 5. P. 839–859. URL: <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2023-0049> (дата звернення: 29.04.2024)

2. Mainardes E.W., Cisneiros G.P.d.O., Macedo C.J.T. and Durans A.d.A. Marketing capabilities for small and medium enterprises that supply large companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 2022. Vol. 37 No. 1. P. 47–64. URL: <https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2020-0360> (дата звернення: 29.04.2024)

3. Ylä-Kujala A., Kouhia-Kuusisto K., Ikäheimonen T., Laine T. and Kärri T. Management accounting adoption in small businesses: interfaces with challenges and performance. *Journal of Accounting & Organizational Change*. 2023. Vol. 19. No. 6. P. 46–69. URL: <https://doi.org/10.1108/JAOC-07-2022-0100>(дата звернення: 29.04.2024)

4. Yawised K., Apasrawirote D., Chatrangsan M. and Muneesawang P. Turning digital technology to immersive marketing strategy: a strategic perspective on flexibility, agility and adaptability for businesses. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 2022. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. URL: <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2022-0169>(дата звернення: 29.04.2024)

5. Bodenchuk L., & Liganenko I. Малий і середній бізнес та цифрові платформи: можливості та загрози. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2021. 1(7), 4–13. DOI: <https://doi.org/10.32750/2021-0101>(дата звернення: 29.04.2024)

Екологічні аспекти проектування і функціонування готельних комплексів

У 2015 році глави держав і урядів 193 країн зустрілися на 70-й Генеральній Асамблеї ООН і схвалили резолюцію «Порядок денний сталого розвитку до 2030 року». Цей план встановлює 17 цілей сталого розвитку і 169 цілей, які мають бути досягнуті до 2030 року, які наразі вважаються глобальною надзвичайною ситуацією, щоб пом'якшити та збалансувати три виміри сталого розвитку: економічний, соціальний та екологічний. Це стало заклик до дій, щоб захистити нашу планету, покінчити з бідністю і покращити життя та створити перспективи всіх. Відповідно до цього закliku, сталий розвиток був основоположним у секторах туризму та будівництва в останні кілька десятиліть. Нині країни, що розвиваються, є лідерами в екологічних інженерних процедурах, і поступово готелі впроваджують екологічні стандарти у свій дизайн, архітектуру та управління. Сталий готель має працювати відповідно до принципів екологічної інженерії шляхом впровадження систем управління відходами, переробки і економії води та енергії і ці підходи повинні бути включені на етапі проектування будівлі [1].

Сектор гостинності є основним джерелом виснаження навколишнього середовища. Як і інші сектори, готельна індустрія створює численні негативні наслідки для навколишнього середовища через надмірне використання природних ресурсів та утворенню великої кількості відходів. Готелі, які стикаються з проблемами сталого розвитку, регулярно критикуються клієнтами щодо погіршення навколишнього середовища та сталої продуктивності. Клієнти сильно бажають зеленого споживання, що особливо стосується готельної індустрії, яка приймає екологічні продукти та процеси у відповідь на тиск навколишнього середовища. Однак підвищення обізнаності про «зелений» перехід, тобто поступову відмову від використання викопного палива з використанням стійких ресурсів, вимагає впровадження та розробки відповідних технологій. Екологічні практики, прийняті готелями, забезпечують конкурентоспроможність фірм на основі вартості та матеріалів, які вони економлять, і клієнтів, яких вони утримують [2]. Незважаючи на те, що зростання вартості енергії часто є основним для сталого проектування будівель, переваги покращеної якості будівлі, зниження експлуатаційних витрат, збільшення орендних ставок і доходів від оренди, продуктивності праці, позитивної реклами та визнання на ринку також значною мірою впливають на мотивацію компаній. Досягнення покращеної енергоефективності є особливо складним у секторі індустрії гостинності, оскільки основним пріоритетом розвитку зазвичай є забезпечення найкращих умов комфорту для гостей та доступу до зручностей [3].

Складність «озеленення» індустрії гостинності полягає в тому, що потрібно дотримуватися екологічних зобов'язань, зберігаючи при цьому очікування гостей і все ще отримуючи прибуток від бізнесу. Готельні об'єкти споживають значну кількість енергії, часто з неймовірно низьким рівнем ефективності, щоб забезпечити комфорт і послуги гостям, які готові платити за найвищі зручності, spa-процедури та розваги. Аспекти типових зручностей готелю, такі як ресторани та бари, зони басейнів, пральні та конференц-центри, а також регулярні ремонти та колювання кількості гостей, які є прикладом гостинності, — це складні особливості індустрії гостинності, які не завжди можна знайти в звичайних комерційних будівлях [3].

Іншим напрямом зменшення негативного впливу на навколишнє середовище є організація, при проектуванні закладів індустрії гостинності, процесу опалення (для якого використовується гаряча вода, гаряче повітря або пара) за рахунок альтернативних технологій для заміни котлів на викопному паливі. Одним із шляхів вирішення цього питання є використання теплових насосів високого або низького тиску, що генерують пару. Застосування таких насосів може значно зменшити викиди вуглецю за рахунок усунення джерел спалювання та досягти значного скорочення витрат на утримання закладу індустрії гостинності.

Список використаних джерел

1. Serrano-Baena, M.M.; Hidalgo Fernández, R.E.; Carranza-Cañadas, P.; Triviño-Tarradas, P. How the Implementation of BREEAM in Hotels Could Help to Achieve the SDGs. *Applied Sciences*. 2021, 11, 11131. <https://doi.org/10.3390/app112311131>
2. Sun, J., Nasrullah, A. Green transition in the hospitality industry: The influence of market forces and customer dynamics on sustainable performance in the digital era. *Heliyon*, 2024, Volume 10, Issue 8, e29563, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29563>
3. Cracknell, T. M., Abu-Hijleh, B. Measuring LEED-NC applicability in design for hospitality, *Frontiers of Architectural Research*. 2015, Volume 4, Issue 4, Pages 308-317. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2015.09.002>

Використання інформаційних систем та технологій в готельно-ресторанному бізнесі

Готельно-ресторанний бізнес є однією із важливих галузей економіки України, навіть попри війну, який все ж забезпечує значну частину зайнятості населення, а також забезпечує зростання ВВП країни. Але ресторанний бізнес – одна з таких галузей, яка переживає битву на витривалість серед конкурентів, залучення більшої кількості постійних відвідувачів. Заклади готельно-ресторанного господарства стали популярними місцями для проведення ділових зустрічей, вечірок, романтичних зустрічей, сімейних свят, а тому він, окрім економічної, виконує також важливу соціальну роль, забезпечуючи при цьому населення харчовими продуктами та послугами, підвищуючи якість життя та сприяючи розвитку культури харчування. Одним із допоміжних інструментів в даному бізнесі можна вважати часткову або повну автоматизацію систем управління підприємств готельно-ресторанного господарства [1].

Однією із важливіших переваг використання автоматизованих інформаційних систем управління в закладах ресторанного господарства є зниження часу на обробку замовлень. Такі системи дозволяють швидко обробляти отримані замовлення, збільшуючи при цьому швидкість обслуговування відвідувачів та зменшуючи час очікування на замовлені страви з меню закладу. Це є особливо важливим для закладів ресторанного господарства з великою кількістю відвідувачів. Автоматизовані системи управління допомагають зменшити кількість помилок при обробці замовлень закладу та оплаті замовлень, що позитивно впливає на якість обслуговування та задоволеність споживачів. Також, інформаційні системи управління дозволяють відстежувати якість послуг та обслуговування, що дозволяє швидко виявляти недоліки та удосконалювати роботу закладу готельно-ресторанного господарства.

Впровадження автоматизованих систем управління також забезпечує збільшення прибутку. Оптимізація бізнес-процесів, зменшення кількості помилок та підвищення якості обслуговування дозволяють збільшити обсяг продажів, а також залучення нових споживачів. Крім того, автоматизовані системи управління дозволяють ефективно використовувати ресурси та зменшувати витрати на оплату праці, що також дозволяє збільшувати прибуток закладу [2].

При виборі автоматизованої системи управління, варто звернути увагу на такі важливі фактори: відповідність інформаційної системи потребам та особливостям закладу; вартість інформаційної системи та її вартість установки та обслуговування; наявність необхідних функцій та можливостей, таких як збір та аналіз даних, контроль запасів, відстеження замовлень та оплати; легкість використання та інтеграції з іншими інформаційними системами; надійність та безпека даних [2].

Хоча автоматизовані системи управління можуть бути корисними для закладів готельно-ресторанного господарства, їх також можуть супроводжувати деякі недоліки, для прикладу: високі витрати на встановлення та підтримку; технічні проблеми; навчання персоналу; віддаленість від відвідувача закладу; потенційна залежність від технології [3, с. 56].

Незважаючи на недоліки, автоматизовані системи управління в закладах ресторанного господарства мають великий потенціал для збільшення прибутку та покращення якості обслуговування, а також є невід'ємною частиною ефективної роботи ресторанного бізнесу. Для досягнення максимальної ефективності використання таких систем необхідно ретельно планувати їх впровадження та забезпечувати якісний технічний та користувацький супровід.

Отже, інформаційні системи і технології відіграють велику роль в організації та розвитку готельно-ресторанного бізнесу, саме тому кожен працівник в даних сферах діяльності повинен володіти певним рівнем знань і вмінь щодо їх використання на практичному рівні. Підготовка майбутніх фахівців, які володітимуть навиками роботи з інформаційними системами і технологіями, сприятиме їх конкурентоспроможності, а також створить новий поштовх для розвитку сфери обслуговування та економіки України в цілому.

Список використаних джерел

1. Комісаренко Н. Сучасні тенденції та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Економіка та суспільство*, 2019. Вип. 24. С. 757–766.
2. Гавриш Н. Розвиток ресторанного бізнесу в умовах високої конкуренції. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2019. Вип. 4. С. 131–140.
3. Постова В.В. Система автоматизації обліку для закладів ресторанного господарства. *Економіко-правові дискусії* : матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів, аспірантів та науковців, 30 квітня 2022 р. Кропивницький : ЛА НАУ, 2022. С. 56–57.

Актуалізація альтернативних моделей фінансування малого бізнесу в індустрії гостинності

Однією з проблем, які до відкритої російської агресії перешкоджали розвитку національного малого бізнесу, передусім була обмеженість фінансових ресурсів, що забезпечували поточну та перспективну діяльність. А в сучасних умовах зовнішнього середовища доступ до джерел фінансування підприємницької діяльності є вагомим та необхідним чинником взагалі існування бізнесу. Це в повній мірі відноситься до суб'єктів господарювання в сфері HORECA. Тому ресторанно-кав'ярний малий бізнес через обмеженість джерел фінансування повинен шукати і ефективно застосовувати як традиційні, так і альтернативні джерела фінансування. Зокрема, до альтернативних моделей залучення грошової підтримки підприємницької діяльності відносять: краудфандинг як спільне фінансування бізнесу, peer-to-peer та peer-to-business позики, залучення венчурного фінансування, кошти бізнес-янгелів для реалізації підприємницької ідеї з високою інноваційною цінністю, грантове фінансування від державних та неурядових організацій України та іноземних партнерів [1, 2]. Динамічний розвиток інформаційних технологій призвів до революційних змін на ринках банківських і небанківських фінансових послуг. Це забезпечило появу та поширення альтернативних методів фінансування через онлайн платформи [3].

Основні традиційні джерела фінансування підприємства класифікують за наступними критеріями. За джерелами надходження капіталу розрізняють: – зовнішнє фінансування; – внутрішнє фінансування; – змішане. За правовим статусом інвесторів: – власний капітал; – позиковий капітал.

До внутрішніх джерел фінансування підприємства належить власний капітал, який включає: внески власників підприємства, реінвестування прибутку, амортизаційні відрахування. До зовнішніх джерел фінансування відноситься залучений та позиковий капітал, до яких належать: кредиторська заборгованість, короткострокові та довгострокові кредити банків, небанківські залучені кошти (державний кредит, кредити міжнародних фінансово – кредитних інститутів, лізинг, комерційний кредит) Змішане фінансування з характеристиками як власного, так і позикового капіталу [4]. Слід відзначити, що в порівнянні із великим та середнім бізнесом малий ресторанно-кав'ярний бізнес має значно менший вибір доступних джерел фінансування.

Розвиток інформаційних технологій створив підґрунтя для формування FinTech інструментів перерозподілу фінансових ресурсів між суб'єктами економіки та впровадження альтернативних моделей фінансування бізнесу у вигляді спеціалізованих онлайн-платформ. Завдяки розвитку інформаційних технологій новою альтернативою традиційному фінансуванню стали спеціалізовані онлайн-платформи, використання яких дозволяє залучати кошти для фінансування інвестиційних проєктів без участі фінансових посередників. У сфері кредитування основними наслідками цифрової трансформації стала поява альтернативних джерел отримання позикових ресурсів через peer-to-peer та краудфандингові платформи [1].

Краудфандинг з нефінансовою винагородою: надавачі коштів отримують нефінансову винагороду.

Краудфандинг на умовах участі в прибутку: отримання інвестором частини доходів або прибутку від реалізації проєкту у вигляді дивідендів, роялті чи інших виплат.

Peer-to-peer, peer-to-business позики: отримання позики здійснюється безпосередньо від фізичних осіб та інституційних інвесторів без участі традиційного фінансового посередника.

Найбільш поширеною моделлю онлайн-фінансування за кількістю створених платформ на сьогодні є краудфандинг із нефінансовою винагородою що обумовлено можливістю його ефективного використання для збору коштів практично на будь-які проєкти та в інтересах будь-якого суб'єкта. Через краудфандинг з нефінансовою винагородою залучають кошти фізичні особи-підприємці, підприємства малого та середнього бізнесу [1].

Використання онлайн платформ дозволяє значно скоротити витрати та підвищити ефективність кредитного ринку. На відміну від традиційного банківського сектору, що має потребу у розвитку розгалуженої мережі філій і представництв, значних витратах на персонал, заходи безпеки та здійсненні інших витрат, всі операції в peer-to-peer кредитуванні переведені у віртуальне середовище, а відповідні експлуатаційні витрати мінімізовані [3].

Отже, використання альтернативних джерел фінансування суб'єктів господарювання в індустрії гостинності – це сприйняття та бажання використовувати нові перспективи розвитку та необхідність вирішення проблем, пов'язаних з фінансовою ліквідністю бізнесу.

Список використаних джерел

1. Соляник Л.Г., Цуркан І.М., Гудим М.О. Особливості фінансування бізнесу в контексті світових тенденцій використання FinTech інновацій на ринку капіталу. Економічний вісник НТУ ДП. 2021. №3. С. 75-85. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/3/EV20213_075-086.pdf
2. Магомедова А. Грантова програма Є-робота як сучасне джерело фінансування підприємницької діяльності в Україні. Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Економіка. 2023. №2 (223). С. 93-99. URL: <https://econom.bulletin.knu.ua/article/view/995>
3. Рубанов П.М. Альтернативні джерела отримання кредитних ресурсів у цифрову епоху. Ефективна економіка. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6020>
4. Тихонченко О.С., Яскільська Н.В., Бедзай О.В. Основні джерела фінансування діяльності підприємства. URL: https://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67110.doc.htm

Деркач А.В., к.т.н.
Стадник І.Я., професор, д.т.н.
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Радченко Ю.І., незалежний дослідник,
Компанія Дармі Фабарм

Прогнозування взаємодії компонентів при змішуванні

Змішування компонентів досить широко використовується у харчовій, переробній, агровиробництві, фармації та інших галузях виробництва. Світовий досвід показує, що одним із прогресивних заходів економії витрат на приготування однорідної суміші компонентів, сьогодні розглядають механічну дію різних конструкцій робочих органів. Так спіральні робочі органи у змішувачі найбільш перспективні для їх використання. Порівняно із різноманітними конструктивними рішеннями змішувачів неперервної та періодичної дії вони мають просту технологічну схему, високу продуктивність та можуть бути використані в процесах із змінними режимами роботи. Важливими перевагами змішувачів із спіральними робочими органами є і проста конструкція, низька металоємність, надійність та можлива автоматизація процесів керування [1].

Однією із важливих переваг для змішування має бути здатність не тільки забезпечувати об'ємне змішування компонентів, але і згладжувати зміни в концентрації утвореної суміші внаслідок нерівномірного їх завантаження. Зокрема, для змішування рідких компонентів із борошном. На практиці широко застосовуються різні конструкції змішувачів в різних технологічних процесах. Проте, інтенсивність процесу змішування та їх здатність вирівнювати концентрацію компонентів в часі є незначними. Також при використанні спіральних робочих органів частково збільшується температура, що впливає на технологічний процес при утворенні структури суміші [2]. Крім цього, у таких змішувачах є збільшеним споживання енергоресурсів із-за великої питомої роботи процесу.

Донедавна широке впровадження прогресивних процесів змішування стримувалося через відсутність необхідного устаткування змішувальних машин. Особливо таких, що забезпечують інтенсивну механічну обробку компонентів при змішуванні. Виробники часто спрямовують свої зусилля на покращення процесу змішування при допомозі зміни часткової конфігурації місильних органів та місильної камери, а також, зміни швидкості перемішування. Це вже сьогодні не відповідає сучасним вимогам. Насамперед тому, що в такому устаткуванні використання конструкцій місильних органів працюючих на одній частоті обертання (тістомісильна машина А2-ХТТ) та самої конструкції місильного органу (тістомісильна машина "Твіді"), - сприяє високій витраті енергії на змішування [3,4]. Крім цього, відбувається завищений нагріву тіста, загальна громіздкість конструкції та неможливість безперервно виконувати контроль якості і стабілізації змішування.

Розвиток нового покоління машин вимагає інтегрованого підходу, який включає фізичні дослідження та математичне моделювання. Проведення детальних досліджень дозволяє краще розуміти процес та оптимізувати його, а математичні моделі стають основою для прогнозування та покращення ефективності.

Узагальнюючи, упровадження принципів раціонального перемішування вимагає інноваційних підходів, об'єднуючи просту конструкцію машин з врахуванням важливих параметрів та використання ефективних процесів, таких як псевдозрідження. Цей комплексний підхід при підтримці фізичних досліджень та математичного моделювання, дозволяють досягти оптимального рівномірного перемішування компонентів, що є важливим у виробництві в'язкопластичних матеріалів.

Список використаних джерел

1. Stadnyk I., Piddubnyy V., Chagaida A., Fedoriv V. (2022) Dynamics of interaction of components during mixing. Scientific Journal of TNTU (Tern.), vol 107, no 3, pp. 86–98. https://doi.org/10.33108/visnyk_tntu2022.03.086

2. Піддубний, В.А., Стадник, І.Я., Чагайда, А.О., Петриченко, Є.А. Обґрунтування параметрів змішувача для борошняних компонентів. *Технічна інженерія*. Житомир. 2022. № 1(89), С. 3–10. DOI: [https://doi.org/10.26642/ten-2022-1\(89\)-3-10](https://doi.org/10.26642/ten-2022-1(89)-3-10)

3. Піддубний, В. А., Паньків, Ю. В., Стадник, І. Я., & Петриченко, Є. А. (2021). Інтегровані рішення і апаратне оформлення перехідних процесів змішування компонентів у псевдощарі. *Обладнання та технології харчових виробництв*, 42(1), 82-90.

4. Стадник І.Я. Патент на корисну модель 137278 UA, МПК А21С1/00 В01F7/00 (2019.01) Змішувач напівфабрикатів / І.Я. Стадник, Ю.Ю. Паньків, В.М. Гіджеліцький // Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя. – 2019. – № u201903951; заявл. 15.04.2019; опубл. 10.10.2019, Бюл. № 19.

Вплив інформаційних систем на управління готельно-ресторанним бізнесом

Готельно-ресторанний сектор визначається як галузь, яка надає різноманітні послуги та постійно знаходиться в умовах жорсткої конкуренції. У зв'язку з цим кожен бізнес-підприємство прагне виробити та впровадити свої конкурентні переваги. З нашої точки зору, найважливішою конкурентною перевагою у такому ринковому середовищі є застосування сучасних та ефективних інформаційно-комунікативних систем, що передбачають комплексне управління як підприємством, так і персоналом.

У сучасній економіці, що базується на знаннях, впровадження інформаційних технологій (ІТ) спричинило значні трансформації у повсякденному житті. Застосовуючи ІТ, сфера гостинності прагне підвищити якість, ефективність та доступність своїх продуктів та послуг для різних груп населення, від дітей до дорослих. Інтернет-мережа має значний потенціал у просуванні продуктів та послуг за допомогою поєднання цифрових технологій та інформаційних ресурсів у глобальному інформаційному середовищі [2].

Інформаційні технології (ІТ) розглядаються як системно організована сукупність методів і засобів для проведення операцій з інформацією, що включає збір, реєстрацію, передачу, накопичення, пошук, обробку та захист, в основі яких лежать високоякісне програмне забезпечення, обчислювальна техніка та зв'язок, а також методи посадки інформації для вирішення управлінських завдань [1].

У готельно-ресторанній сфері традиційно використовуються наступні ІТ:

1. Глобальні розподільчі системи.
2. Системи бронювання та резервування.
3. Послуги Інтернету та мобільні системи зв'язку.
4. Комплексні автоматизовані системи управління підприємством.
5. Спеціалізовані та універсальні програмні продукти.

Кожен елемент управління інформаційними системами та технологіями в готельно-ресторанному бізнесі має важливе значення для загальної інформаційної системи, оскільки вони взаємодіють між собою. Використання інформаційних систем у готельному бізнесі є економічно виправданим лише в тому випадку, якщо вони приносять додатковий дохід, забезпечують конкурентні переваги, підвищують частку ринку, зменшують витрати, удосконалюють обслуговування, підвищують ефективність окремих підрозділів та всього готелю в цілому.

Для ефективного функціонування інформаційних технологій в галузі індустрії гостинності важлива їх інформаційна безпека. З цієї точки зору в кожному підприємстві готельно-ресторанного сектора необхідно створити відділ захисту інформації та призначити адміністратора безпеки [2].

Суттєвим кроком у вдосконаленні управління закладами ресторанного бізнесу є використання сучасних інформаційних систем та технологій, які передбачають застосування автоматизованих систем управління. Вони забезпечують ефективне планування та контроль за виробничим процесом, обліком та управлінням персоналом, забезпечують швидкий інформаційний зв'язок між всіма відділами закладу та надають можливість отримати точні дані про фінансовий стан та запаси товарів на складі.

Власники закладів ресторанного бізнесу повинні ретельно відбирати та впроваджувати необхідні інформаційні системи, щоб забезпечити високу якість обслуговування відвідувачів та збільшити прибуток. Важливо враховувати потреби та побажання споживачів та працівників закладу під час вибору та налаштування систем управління.

Під час вибору автоматизованої системи управління слід звернути увагу на ряд ключових аспектів:

1. Відповідність інформаційної системи специфіці закладу ресторанного господарства та його потребам.
2. Фінансові витрати на придбання, встановлення та обслуговування системи.
3. Наявність необхідних функцій, таких як збір та аналіз даних, контроль за запасами, відстеження замовлень та оплати.
4. Легкість використання та можливість інтеграції з іншими інформаційними системами.
5. Надійність та безпека зберігання даних.

Впровадження автоматизованих систем управління — це лише один із елементів успіху, оскільки важливо також забезпечити високу якість продукції та обслуговування, постійно вдосконалювати меню та проводити акції для привертання та утримання клієнтів.

Ефективне впровадження автоматизованих систем управління вимагає підготовки персоналу та їхньої активної участі. Навчання працівників використанню таких систем допоможе забезпечити їхню

більш ефективну роботу та зменшить ризик можливих помилок. Підготовка персоналу може виявитися вирішальним аспектом успіху у сфері ресторанного бізнесу, оскільки якість обслуговування безпосередньо впливає на задоволення клієнтів та їх повернення. Добре навчений персонал забезпечує високу якість обслуговування та створює приємну атмосферу для гостей.

Використання автоматизованих систем управління є обов'язковим етапом для забезпечення ефективного та продуктивного функціонування підприємства ресторанного бізнесу. За допомогою таких інформаційних систем можна автоматизувати управління складським обліком, касовими операціями, замовленнями, а також відстежувати діяльність персоналу, що в свою чергу допомагає знизити ризик людських помилок та збільшити швидкість обробки інформації [3].

Переваги використання інформаційних технологій у сфері гостинності включають:

- зростання популярності та попиту на готельно-ресторанні послуги завдяки розвитку інформаційних технологій;

- полегшення доступу до інформації про послуги готельно-ресторанного господарства;

- сприяння актуалізації та просування перспективних проєктів у сфері гостинності.

При розгляді можливих перспектив застосування сучасних інформаційних технологій у галузі індустрії гостинності експерти вказують на те, що поширення інформаційних технологій залежатиме від ряду додаткових соціокультурних, економічних та політичних чинників. Самі за собою інформаційні технології не здатні створити нові конкурентоспроможні готельно-ресторанні продукти та послуги; лише поєднання технологій із соціальними, інституційними, економічними, політичними та культурними факторами може призвести до формування нових комбінацій товарів і послуг, методів та ринків [1].

Виклики використання ІС в управлінні готельно-ресторанним бізнесом:

1. Вартість. Впровадження та підтримка ІС може бути дорогим.

2. Складність. Деякі ІС можуть бути складними для використання та потребувати навчання персоналу [4].

3. Інтеграція. ІС можуть не інтегруватися з іншими системами, які використовуються готелем або рестораном.

4. Безпека даних. ІС містять конфіденційну інформацію про клієнтів, тому важливо вживати заходів для захисту цих даних від несанкціонованого доступу.

Незважаючи на ці виклики, використання ІС може принести багато переваг готелям та ресторанам. Готелі та ресторани, які можуть успішно впровадити та використовувати ІС, зможуть покращити свою ефективність, рентабельність, обслуговування клієнтів та прийняття рішень.

Отже, проведений аналіз показав, що інформаційні системи та технології мають значний вплив на організацію та розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Тому кожен працівник у цих галузях повинен мати певний рівень знань і вмінь у використанні їх на практиці. Підготовка майбутніх фахівців, які володітимуть навичками роботи з інформаційними системами та технологіями, сприятиме їхній конкурентоспроможності, а також створить нові можливості для розвитку сфери обслуговування та економіки України загалом.

Інформаційні системи (ІС) відіграють дедалі важливішу роль в управлінні готельно-ресторанним бізнесом. Завдяки автоматизації багатьох рутинних завдань та наданню цінних даних про операції, ІС можуть допомогти готелям та ресторанам покращити свою ефективність, рентабельність та обслуговування клієнтів.

Можливості подальших досліджень полягають у забезпеченні здобувачів вищої освіти більш високим рівнем знань і вмінь щодо інформаційних систем та технологій у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі за допомогою сучасних програмних комплексів у процесі їхньої підготовки.

Список використаних джерел

1. Жилінський О.О., Гейдарова О.В. Інформаційні технології в управлінні закладами індустрії гостинності. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/41713/2/KhI_VNPK_2023_Zhilinsky_O-Information_technologies_45-46.pdf (дата звернення: 22.04.2024).

2. Лозова О.В., Покотило А.В. Інформаційні технології в управлінні суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*. 2020. Ч.ІІІ. С.187

3. Постова В.В. Використання інформаційних систем та технологій в закладах ресторанного господарства: вплив на якість обслуговування та збільшення прибутку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 47. 2023. С. 94-97.

4. Постова В.В. Особливості використання інформаційних технологій у діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: зб. матеріалів ІІ Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 25 квітня 2023 р.). Херсон (Кропивницький): ХДАЕУ, 2023. С. 138-141.

Розвиток сфери гостинності в довоєнні роки та в умовах сьогодення

Сьогодні індустрію гостинності визначають як феномен ХХІ ст., що став одним із провідних напрямів соціально-економічної діяльності. Її можна справедливо вважати бізнесом ХХІ ст. завдяки динамічності та прибутковості. Проте впродовж останніх років індустрія гостинності в Україні перебуває в стані стагнації, боротьби із зовнішніми проблемами за виживання порівняно зі світовою [1].

Сучасна індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь національної економіки, що складається з групи галузей та підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку та розваг. Вона охоплює туризм, готельний та ресторанный бізнес, відпочинок і розваги [1].

Стан готельного господарства в регіонах України часто не відповідає міжнародним стандартам та нормам перебування у готелі. Кількість готельних підприємств є також незначною та в період проведення масштабних заходів в регіонах не задовольняє попит на готельні послуги. Матеріально-технічна база значної кількості готелів є застарілою, а також потребує негайної модернізації. Інноваційні технології в готельному господарстві України впроваджуються надзвичайно повільно. Асортимент сучасних українських готельних послуг є також незначним [2].

В Україні послуги з тимчасового проживання надають досить не багато підприємств готельного господарства, серед яких готелів (63,6% загальної кількості), мотелів (1,2%), готельно-офісних центрів (0,6%), кемпінги (0,3%), молодіжних турбаз та гірських притулків (2,8%), гуртожитків для приїжджих (17,2%).

Останнім часом поряд з традиційними підприємствами готельного господарства, які пропонують своїм клієнтам повний комплекс послуг з розміщення, харчування та обслуговування, існують інші місця для тимчасового проживання (літні будиночки, приватні садиби, котеджі, квартири тощо). Частка цих підприємств становить 14,3% загальної кількості підприємств готельного господарства. Ринок послуг таких доповнювальних засобів розміщення розвивається останнім часом швидше, ніж готельна сфера загалом [3].

В окремих регіонах, особливо у сезони відпочинку, інші місця для тимчасового проживання здатні розмістити та прийняти більше клієнтів, ніж основні. Такі тенденції на ринку готельних послуг зумовлені тим, що психологічний портрет сучасного користувача готельних послуг пов'язаний як з прагненням до комфорту, так і з бажанням „повернутися до природи», мати незалежний стиль відпочинку, не підкорятися певним організаційним формам проведення дозвілля, усталеним традиціям вибору одягу, страв тощо. Доповнювальні або нетрадиційні засоби розміщення відпочивальників якраз і дозволяють найповніше задовольняти ці вимоги споживачів.

Увага держави до так званих „інших місць для тимчасового проживання» повинна бути більшою, адже дослідники переважно пов'язують доповнювальні засоби розміщення клієнтів з внутрішнім туризмом, а основні, тобто готелі – із зовнішнім. Відомо, що внутрішній туризм сприяє піднесенню економічного рівня регіонів, створенню нових робочих місць, тому його активізація одночасно із в'їзним є важливою передумовою перетворення туризму у високоприбуткову галузь економіки [3].

Готельне господарство регіону має свою специфіку та формується і розвивається під впливом факторів, в тому числі й геополітичних. До таких факторів віднесемо:

- регіональні фактори функціонування готельного господарства;
- еколого-географічні фактори (сезонність тощо);
- спеціалізація готельного господарства в регіоні (курортно-санаторна, ділова, спортивна тощо);
- соціальна спрямованість готельного господарства в регіоні;
- рівень якості готельних послуг та безпеки в регіоні;
- наявність та розвиненість туристичної інфраструктури;
- кваліфікація персоналу готельного господарства;
- асортимент готельних послуг в регіоні;
- комплексність регіональних туристичних продуктів тощо [2].

В Україні у 2019 році кількість готелів та аналогічних засобів розміщення була достатньою. У 2015 році у порівнянні з 2011 роком зменшилася майже на 22%, а порівняно з 2013 р., на який припадало найбільша кількість готелів за досліджуваний період аж на 30%. Дані значення досить показово корелюють із обсягами капітальних інвестицій. Загалом, незважаючи на загальну тенденцію до

зменшення кількості закладів розміщення, є регіони у яких цей показник навпаки зріс. У деяких областях України кількість готельних підприємств залишилася незмінною [3].

У 2019 році порівняно з 2018, збільшились кількісні показники готелів у Одеській, Запорізькій, Дніпропетровській, Кіровоградській областях, тобто зросла кількість готелів. Зазначене можна пояснити розвитком індустрії гостинності. Скорочення готельного фонду відбулося у Донецькій та Луганській областях, які знаходяться на лінії розмежування з частково окупованими територіями, що підконтрольні Україні. Аналогічна ситуація з тимчасово окупованою Автономною Республікою Крим, де з 2011 році спостерігалось збільшення кількості готелів та аналогічних засобів розміщення, однак починаючи з 2014 року будь-яка інформація відсутня [1].

Аналіз кількості місць у готелях та аналогічних засобах розміщення за регіонами України, згідно з даними Державної служби статистики України засвідчило значні регіональні диспропорції. Зменшення кількості ліжко-місць відбулося на території Херсонській області та місті Київ. Проте збільшення кількості місць в готелях спостерігалось у Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Одеській, Вінницькій, Черкаській та Закарпатській областях. На території інших регіонів динаміка змін кількості ліжко-місць залишається практично постійною [4].

Провівши аналіз стану та розвитку готельний господарства України можна стверджувати, що на один готель припадало 24 номери. Функціональна структура готельного господарства України, представлена не тільки готельними підприємствами, а й, мотелями, готельно-офісними центрами, кемпінгами, молодіжними турбазами та гірськими притулками, гуртожитками для приїжджих та інші місця для короткотермінового проживання. З них готелі складають 60,9%, мотелі – 5%, хостели – 1,2%, кемпінги – 0,2%, гуртожитки – 4,2%, інші місця для тимчасового розміщення – 28,5% [4].

Незважаючи на численні виклики, сфера гостинності продовжує демонструвати стійкість та потенціал для зростання. Ось деякі ключові тенденції, які, ймовірно, формуватимуть цю галузь протягом наступних років: персоналізація (гості очікують на більш персоналізований досвід, який відповідає їхнім індивідуальним потребам та вподобанням. Готелі та ресторани використовуватимуть дані та технології, щоб краще розуміти своїх гостей та пропонувати їм персоналізовані послуги, рекомендації та пропозиції); сфокусованість на емоційному досвіді (гості шукають не просто місце для ночівлі чи їжі, а й емоційний досвід, який вони зможуть запам'ятати); зростання екотуризму (все більше людей обирають екотуризм, який поєднує відпочинок з екологічно відповідальним ставленням до навколишнього середовища. Готелі та ресторани все частіше впроваджуватимуть екологічні практики, використовуватимуть місцеві продукти, економитимуть ресурси та мінімізуватимуть негативний вплив на довкілля); розвиток цифрових технологій (технології продовжуватимуть відігравати важливу роль у сфері гостинності. Готелі та ресторани використовуватимуть мобільні додатки, штучний інтелект, віртуальну та доповнену реальність, щоб покращити гостьовий досвід, автоматизувати процеси та підвищити ефективність роботи); гнучкість та адаптивність; зростання популярності коротких орендарських платформ (платформи короткострокової оренди, такі як Airbnb, стають все більш популярними, що створює конкуренцію для традиційних готелів); розвиток wellness-туризму; зміна поведінки споживачів; увага до соціальної відповідальності; глобалізація.

Отже, аналіз розвитку індустрії гостинності в Україні слід зазначити, що ця галузь економічної діяльності є матеріально-технічною базою, основою для освоєння туристично-рекреаційного потенціалу та розвитку туризму в країні. Проте економіко-політична та фінансова нестабільність країни, проведення воєнних дій на частині території держави привели до значного сповільнення темпів розвитку індустрії гостинності. Без стабілізації політичної та соціально-економічної ситуації, припинення військових дій вкрай складно утриматись на ринку та отримувати позитивний економічний результат господарської діяльності. Варто зазначити, що розвинена індустрія гостинності є візитівкою будь-якої країни та показником її соціально-культурного й економічного розвитку, тому її розвиток є важливим елементом інтеграції українського туристичного ринку в європейський бізнес і культурне середовище [1].

Список використаних джерел

1. Розвиток індустрії гостинності в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gorban3.htm (дата звернення: 05.04.2024).

2. РЕГІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ. *Головна*. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/738/710> (дата звернення: 05.04.2024).

3. Регіональні проблеми розвитку і розміщення готельного господарства України. *Освіта та самоосвіта*. URL: <https://referatss.com.ua/work/regionalni-problemi-rozvitku-i-rozmishhennja-gotelno-gospodarstva-ukraini/> (дата звернення: 05.04.2024).

4. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 52. С. 39–41.

Кравченко Р., аспірант
Стадник І.Я., професор, д.т.н.
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Венгліньський О., аспірант
Державний торговельно-економічний університет

Шляхи створення підвищеної нутрієнтної цінності борошняних виробів

В теперішній воєнний період, люди зазнали у харчуванні великих змін. Також великий вплив має інтенсифікація аграрного виробництва та харчової промисловості, популяризація швидкої їжі у ХХІ столітті. На зниження нутрієнтної цінності в харчуванні вплинуло й зменшення вмісту в рослинній сировині вітамінів і мікроелементів приблизно на 30...40% нижче нормативної. У світі відомо два основних шляхи корекції харчового раціону людини: споживання окремих дієтичних добавок до їжі регулярно. Усвідомлене різноманітне споживання продуктів із підвищеною харчовою цінністю [1].

Зменшення кількості продуктів харчування призводить до зниження енергетичної цінності харчового раціону. Організм людини для нормальної життєдіяльності недоотримує необхідної кількості нутрієнтів до 20%. Дефіцит макро- і мікронутрієнтів в захисних системах організму призводить до його неспроможності адекватно відповідати на несприятливий вплив навколишнього середовища [2]. Відповідно це викликає порушення в роботі організму і сприяє розвитку захворювань

Вирішення проблеми полягає у застосуванні фортифікації - це внесення нутрієнтів під час промислового виробництва борошняних виробів. Воно спрямоване на збагачення поживними речовинами у цілеспрямованому втручанні в хімічний склад технології приготування напівфабрикатів. Проведення таких заходів можливо здійснювати на науково обґрунтованих та перевірених практикою технологічних принципах [3,4]. Даний підхід має розгляд поетапний. Перший етап створення підвищеної харчової цінності є вибір асортименту. Вибір для збагачення здійснюється з урахуванням потреби у масовому споживанні: хлібобулочні, кондитерські, молочні продукти, напої. Не менш важливим в даному випадку є вибір джерела функціонального інгредієнту; особливостей технології. В багатьох працях авторів подано розгляд внесення збагачувального інгредієнту у складі природних харчових компонентів або у вигляді препаратів (дієтичних добавок) [5]. Натуральні збагачувальні інгредієнти мають перевагу над синтетичними, є легкозасвоюваними, оскільки їх молекулярна будова є більш адаптованою для споживання людиною.

Сьогодні хліб і продукти на основі зернових складають основу харчової піраміди. За відомими даними, внесок пшениці в щоденне споживання становить 20% енергії та білка. Традиційно борошняні вироби виготовляють із пшеничного борошна, яке отримують після видалення пшеничних висівок і зародків, де зазвичай містяться клітковина, фітохімічні речовини та важливі основні поживні речовини. Тому кінцевий продукт містить менше харчових волокон і фенольних сполук. Для компенсації втрат поживних речовин та інших біологічно активних сполук, залишається їх збагачення природними амінокислотними, вітамінними та мінеральними комплексами, антиоксидантними сполуками. Продукти з поліпшеним нутрієнтним складом при їх споживанні у нормальному раціоні, забезпечують біологічно активні інгредієнти, які надають особливу користь для здоров'я.

Список використаних джерел

1. Justification of the process of formation of wheat flour products. Monograph / I.Stadnyk, V.Piddubnyi, L.Koval, O.Kolomiets, O.Bilyk, A.Chahaida – Warsaw: Publisher. 2021. – 132 p.
2. Stadnyk, I., Piddubniy, V., Krasnozhon, S., & Kraevska, S. (2022). Науковий підхід до створення продуктів харчування підвищеної харчової цінності. *Modern engineering and innovative technologies*, (23-01), 36-43.
3. Краєвська, С., Піддубний, В., Форостяна, Н., Стадник, І., & Паньків, Ю. (2022). Обґрунтування дозування та змішування пророщеного насіння льону з пшеничним борошном. *Вісник Тернопільського національного технічного університету*, 105 (1), 46-54.
4. Сучасні технології та енергетичні потоки при формуванні борошняних напівфабрикатів: монографія / Стадник І. Я., Піддубний В. А., Федорів В. М., Хареба О. В. Підгородний В. В. — Тернопіль : Ви-тво ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021. — 372 с.
5. Лісовська Т., Стадник І., Піддубний В., Чорна Н. (2020). Вплив екструдованого кукурудзяного борошна на стабілізацію бісквітного тіста для виробництва безглютенового печива. *Український харчовий журнал*, 159.

Особливості діяльності ресторанів з африканською кухнею

Ресторани з африканською кухнею стають все більш популярними в усьому світі, включаючи Україну. Це пов'язано з тим, що африканська кухня дуже різноманітна та смачна, а також з тим, що люди все більше цікавляться різними культурами.

Африканська кухня – це багатий мікс смаків, ароматів і традицій, що відображає різноманітність континенту. Вона вражає розмаїттям поживних інгредієнтів, технік приготування та впливом місцевих традицій. Розглянемо деякі ключові особливості африканської кулінарії:

- різноманітність інгредієнтів. Африканська кухня використовує багатий спектр продуктів, таких як екзотичні фрукти, овочі, м'ясо та різноманітні приправи. Від кокосового молока в Західній Африці до карибських спецій в південній частині континенту;

- техніки приготування. Варіації варіння, смаження, грилювання та тушкування використовуються для створення унікальних смакових поєднань. Традиційне використання вогню та вугілля додає особливий аромат стравам;

- вплив місцевих традицій. Африканська кухня відображає культурний спадок та традиції різних етнічних груп. Спільні обряди приготування страв можуть бути ключовим елементом сімейного та спільнотного життя;

- регіональні особливості. Кожен регіон має свої унікальні страви. Наприклад, південноафриканське барбекю (брааї) відзначається використанням різноманітних маринадів та спецій, тоді як у північній частині континенту популярні м'ясні супи;

- гостинність. Приготування та споживання їжі у спільній атмосфері є важливою частиною африканської культури. Спільні страви та обряди гостинності ключовими рисами для традиційного життя народів Африки [2].

Південна Африка має чудові кліматичні й географічні можливості, що дозволяють використовувати свіжі продукти найвищої якості. М'ясо страуса, крокодила, устриці, спаржа, провина, сири усе це доступно в численних ресторанах міст і курортних містечок. Солодкі ніжно-пряні аромати марокканської кухні відомі в усьому світі. Туніська кухня прекрасна, з акцентом на гострі, пряні страви. Теж саме можна сказати про алжирську й лівійську кухні, а єгипетська кухня акцентується на зернових. В африканській кухні використовуються місцеві фрукти й овочі, екзотичну дичину й рибу з омиваючих Африку океанів, приправлені маринадом культур, колоній, мережею торговельних шляхів і древньою історією. Це цілий материк де знайдеться й посушлива пустеля, і тропічні болота, рівнини, і джунглі. Зовсім недавно африканська кухня була ще зовсім невідома на Заході, але згодом емігранти привозять із собою на Захід національні страви рідних країн. Складно охарактеризувати африканську кухню, тому що неможливо описати будь-яку кухню за назвою континенту. Усього кілька кілометрів відокремлюють африканське Марокко від європейської Іспанії, але незважаючи на деякі подібності кулінарних традицій, контраст між кухнями двох континентів надзвичайно все-таки великий [3].

Отже, африканська кухня – це не лише смачна їжа, але й відображення багатогранності та різноманітності цього континенту. Вона здатна вразити своїм багатством смаків, ароматів та колоритом. Використання різноманітних інгредієнтів, традиційні техніки приготування та вплив місцевих традицій створюють унікальний досвід для смакування. Через гостинність та обряди спільного приготування їжі африканська кухня стає не лише способом харчування, а й способом спілкування та спільності. Тому вона завжди варта уваги та дослідження, а її смаки залишаться у пам'яті назавжди.

Одним із основних викликів для ресторанів з африканською кухнею є те, що багато людей не знайомі з африканською кухнею. Це може ускладнити залучення нових клієнтів. Іншим викликом є те, що деякі африканські інгредієнти можуть бути важкими для пошуку. Це може призвести до того, що меню буде обмеженим. Незважаючи на ці виклики, ресторани з африканською кухнею можуть бути успішними, якщо вони пропонують смачну їжу, приємну атмосферу та якісне обслуговування.

Список використаних джерел

1. Час пізнати африканську кухню, URL: <https://lady.tochka.net/ua/6904-pora-osvaiivat-afrikanskuyu-kukhnyu/> (дата звернення 03.05.2024).
2. Особливості африканської кухні, URL: <https://ukr-day.com/african-cuisine/> (дата звернення 03.05.2024).
3. Особливості національних страв Африки, URL: <https://vseosvita.ua/lesson/osoblyvosti-natsionalnykh-strav-afryky-5301.html> (дата звернення 03.05.2024).

Програмні продукти автоматизації системи управління підприємств готельного бізнесу

Автоматизація системи управління підприємствами готельного бізнесу (PMS) стає все більш актуальною з кількох причин: зростання конкуренції (отельний бізнес стає все більш конкурентним, і готелям необхідно знаходити способи підвищити свою ефективність та рентабельність, щоб залишатися конкурентоспроможними); зростаючі очікування клієнтів (клієнти очікують персоналізованого та бездоганного обслуговування, і PMS може допомогти готелям надати цей рівень обслуговування); зростання використання технологій (клієнти все частіше використовують технології для бронювання подорожей та проживання, і готелям необхідно мати можливість приймати онлайн-бронювання та надавати онлайн-послуги). Незважаючи на багато переваг, автоматизація PMS також має деякі проблеми: вартість (впровадження та підтримка PMS може бути дорогим); складність (деякі PMS можуть бути складними для використання та потребувати навчання персоналу); інтеграція (PMS можуть не інтегруватися з іншими системами, які використовуються готелем); безпека даних (PMS містять конфіденційну інформацію про клієнтів, тому важливо вживати заходів для захисту цих даних від несанкціонованого доступу).

На ринку існує багато програмних продуктів для автоматизації систем управління підприємствами (PMS) готельного бізнесу. Деякі з найпопулярніших включають:

1. Oracle Hospitality OPERA Cloud – це комплексне рішення PMS, яке пропонує широкий спектр функцій, включаючи бронювання, реєстрацію, управління номерами, обслуговування клієнтів та звітність.

2. Micros Fidelio PMS – це ще одне популярне рішення PMS, яке пропонує багато подібних функцій до OPERA Cloud. Micros Fidelio відомий своєю простотою використання та налаштуваннями.

3. StayNTS PMS – це хмарне рішення PMS, яке є популярним вибором для невеликих та середніх готелів. StayNTS простий у налаштуванні та використанні, а також пропонує доступні ціни.

4. Cloudbeds PMS – це ще одне хмарне рішення PMS, яке є популярним вибором для невеликих та готелів середнього розміру. Cloudbeds пропонує широкий спектр функцій, включаючи бронювання, реєстрацію, управління номерами, обслуговування клієнтів та звітність.

5. Hotel PMS Pro: це програмне забезпечення PMS на основі місця розташування, яке є популярним вибором для готелів та курортів. Hotel PMS Pro пропонує широкий спектр функцій, включаючи бронювання, реєстрацію, управління номерами, обслуговування клієнтів [1].

При виборі програмного продукту PMS для вашого готелю важливо врахувати ваші конкретні потреби та вимоги. Деякі фактори, які слід врахувати, включають:

1. Розмір готелю. Деякі продукти PMS краще підходять для невеликих готелів, тоді як інші краще підходять для великих готелів.

2. Бюджет. Ціни на програмні продукти PMS можуть варіюватися від кількох сотень доларів на місяць до тисяч доларів на місяць.

3. Функції, які потрібні. Різні продукти PMS пропонують різні набори функцій. Важливо вибрати продукт, який має функції, які необхідні готелю.

4. Простота використання. Деякі продукти PMS простіші у використанні, ніж інші. Важливо вибрати продукт, який буде простим у використанні для персоналу.

5. Інтеграція з іншими системами. Можливо, варто вибрати продукт PMS, який інтегрується з іншими системами, які можна використовувати, наприклад, з системою управління рестораном або системою обліку [2].

Отже, важливо ретельно дослідити різні варіанти, перш ніж вибрати програмний продукт PMS для певного готелю. Варто прочитати відгуки про програмні продукти PMS в Інтернеті або поговорити з іншими власниками готелів, щоб отримати їхні рекомендації. Також можна зв'язатися з постачальниками програмного забезпечення PMS, щоб отримати більше інформації про їхні продукти.

Список використаних джерел

1. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka.htm (дата звернення: 01.05.2024).

2. Постова В.В. Використання інформаційних систем та технологій в закладах ресторанного господарства: вплив на якість обслуговування та збільшення прибутку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 47. 2023. С. 94-97.

Роль інформаційних технологій у створенні персоналізованого гостьового досвіду

За останні роки в галузі гостьового сервісу значно змінилися підходи до створення персоналізованого гостьового досвіду. Інформаційні технології (ІТ) грають ключову роль у цьому процесі, дозволяючи готелям і гостьовим послугам індивідуалізувати взаємодію з клієнтами. Ця стаття обговорює актуальність використання ІТ для створення персоналізованого гостьового досвіду, включаючи матеріали, методи, результати і висновки дослідження. У сучасному світі споживачі все більше очікують персоналізації в усіх сферах життя, включаючи готельний бізнес. Застосування інформаційних технологій дозволяє створювати гостьовий досвід, який відповідає індивідуальним потребам та бажанням клієнтів. Підвищення конкуренції в галузі гостинності також ставить під сумнів традиційні методи обслуговування, підкреслюючи необхідність інноваційних підходів.

У цьому дослідженні було проведено аналіз сучасних підходів до створення персоналізованого гостьового досвіду з використанням ІТ. Були використані дані з літературних джерел, статистичні дані про тенденції споживання гостьових послуг, а також результати опитувань та експертних оцінок.

На сьогоднішній день неможливо уявити ефективне функціонування підприємства готельного бізнесу без використання спеціалізованого програмного забезпечення, що дає можливість автоматизувати всі бізнес-процеси [1].

Системи інформаційних технологій, які використовують у готельному бізнесі, складні за своєю природою і зазвичай містять комп'ютерні системи бронювання, системи телеконференцій, відеосистеми, комп'ютери, системи управлінської інформації, електронні системи авіаційної інформації, електронні грошові перекази, телефонні мережі, глобальні комп'ютерні системи бронювання та інтегровані комунікаційні мережі, мультимедійні системи і смарт-картки.

Виділяють такі інформаційні технології в готельному бізнесі: системи бронювання та резервування; глобальні розподільчі системи; послуги Інтернету; мобільні системи зв'язку; комплексні автоматизовані системи управління підприємством; спеціалізовані та універсальні програмні продукти.

У сучасному світі готелі та гостьові послуги стрімко вдосконалюються завдяки інформаційним технологіям (ІТ), які грають вирішальну роль у створенні персоналізованого гостьового досвіду. Одним з ключових аспектів використання ІТ є їх здатність збирати, аналізувати та використовувати великі обсяги даних про клієнтів для індивідуалізації (табл. 1).

Таблиця 1 – Роль інформаційних технологій у створенні персоналізованого гостьового досвіду

| Роль Інформаційних Технологій | Опис |
|---------------------------------|--|
| Збір і аналіз даних | Дозволяє збирати великі обсяги даних про клієнтів, включаючи їхні вподобання та історію перебування, для створення унікального профілю кожного клієнта. |
| Персоналізовані рекомендації | Надає персоналізовані рекомендації щодо номерів, послуг та місць відпочинку відповідно до індивідуальних вподобань клієнта на основі зібраних даних. |
| Автоматизація обробки запитів | Автоматизує процеси бронювання та обробки запитів клієнтів, покращуючи швидкість обслуговування і забезпечуючи більш особисту взаємодію з клієнтами. |
| Мобільні додатки | Розробка мобільних додатків дозволяє гостям зручно керувати своїм перебуванням, включаючи онлайн-реєстрацію та замовлення номерів через мобільні пристрої. |
| Використання штучного інтелекту | Використовується для аналізу поведінкових патернів клієнтів та передбачення їхніх потреб, що дозволяє готелям реагувати на них наперед і покращувати обслуговування. |

Усвідомлюючи важливість інформаційних технологій у готельній галузі, можна зробити висновок, що їхнє використання необхідне для досягнення успіху і підвищення конкурентоспроможності. Інформаційні технології впливають на підвищення якості обслуговування та задоволення клієнтів, що робить їх невід'ємною частиною гостьової галузі.

Отже, інформаційні технології відіграють дедалі важливішу роль у створенні персоналізованого гостьового досвіду. Завдяки збору та аналізу даних про гостей, готелі можуть краще розуміти їхні

потреби та вподобання, а потім використовувати цю інформацію для надання більш персоналізованих послуг.

Ось деякі з ключових способів, якими інформаційні технології використовуються для персоналізації гостьового досвіду:

1. Збір даних про гостей. Готелі можуть збирати дані про гостей з різних джерел, таких як анкети реєстрації, історії бронювань, відгуки та взаємодії в соціальних мережах. Ці дані можна використовувати для створення профілів гостей, які містять інформацію про їхні вподобання, такі як тип номера, який вони віддають перевагу, зручності, які вони використовують, і діяльність, якою їм подобається займатися.

2. Аналіз даних про гостей. Після збору даних про гостей готелі можуть використовувати їх для аналізу та виявлення тенденцій. Ця інформація може бути використана для покращення послуг, пропонувананих гостям, а також для розробки нових продуктів і пропозицій.

3. Персоналізація послуг. Завдяки профілям гостей та знанням їхніх вподобань готелі можуть персоналізувати послуги, які вони пропонують. Наприклад, готель може надіслати електронний лист гостю перед приїздом, вітаючи його та пропонуючи забронювати екскурсію чи спа-процедури, які йому можуть сподобатися [2].

4. Персоналізація комунікацій. Готелі також можуть використовувати інформаційні технології для персоналізації своїх комунікацій з гостями. Наприклад, готель може надсилати гостям цільові маркетингові повідомлення електронною поштою або текстовими повідомленнями, пропонуючи їм спеціальні пропозиції та знижки, які можуть їх зацікавити.

5. Використання штучного інтелекту. Штучний інтелект (ШІ) використовується готелями для надання ще більш персоналізованого гостьового досвіду. Наприклад, чат-боти на основі ШІ можуть використовуватися для відповідей на запитання гостей, надання рекомендацій та надання допомоги в бронюванні послуг.

Переваги використання інформаційних технологій для персоналізації гостьового досвіду:

1. Підвищення задоволеності гостей. Гости, які відчувають, що про них піклуються і що їхні потреби розуміють, з більшою ймовірністю будуть задоволені своїм перебуванням і повернуться в готель у майбутньому.

2. Збільшення доходів. Персоналізація може призвести до збільшення доходів для готелів, оскільки гості з більшою ймовірністю бронюватимуть більше послуг і витратять більше грошей під час свого перебування.

3. Підвищення лояльності клієнтів. Персоналізація може допомогти готелям створити лояльних клієнтів, які будуть регулярно повертатися та рекомендувати готель іншим.

Виклики використання інформаційних технологій для персоналізації гостьового досвіду:

1. Захист даних. Готелі повинні переконатися, що вони збирають, зберігають і використовують дані про гостей відповідно до законів про захист даних.

2. Конфіденційність. Гости повинні бути впевнені, що їхня особиста інформація не буде розкрита третім сторонам.

3. Технологічні проблеми. Готелі повинні переконатися, що їхні системи інформаційних технологій надійні та прості у використанні [3].

Отже, незважаючи на ці виклики, використання інформаційних технологій для персоналізації гостьового досвіду може принести багато переваг готелям. Готелі, які можуть успішно впровадити ці технології, зможуть покращити задоволеність гостей, збільшити доходи та створити лояльних клієнтів. Застосування інформаційних технологій в галузі гостьового сервісу дозволяє підвищити якість обслуговування та створити персоналізований гостьовий досвід, що відповідає індивідуальним потребам клієнтів. ІТ забезпечують ефективні інструменти для збору, аналізу та використання даних, що дозволяє готелям і гостьовим послугам ефективно конкурувати в умовах зростаючих вимог споживачів до персоналізації.

Список використаних джерел

3. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka.htm (дата звернення: 01.05.2024).

4. Постова В.В. Використання інформаційних систем та технологій в закладах ресторанного господарства: вплив на якість обслуговування та збільшення прибутку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 47. 2023. С. 94-97.

5. Постова В.В. Особливості використання інформаційних технологій у діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 25 квітня 2023 р.)*. Херсон (Кропивницький): ХДАЕУ, 2023. С. 138-141.

Історія розвитку ресторанного господарства в Україні

Історія розвитку ресторанного господарства в Україні залишається актуальною темою з кількох причин: розуміння сучасного стану (знання історії ресторанного господарства в Україні допомагає зрозуміти, як воно розвивалося протягом століть, які фактори вплинули на його становлення, і які виклики воно додало. Це розуміння може допомогти рестораторам, кухарям та іншим фахівцям ресторанної сфери краще зрозуміти сучасний стан ресторанного бізнесу в Україні та його перспективи розвитку); збереження культурної спадщини (ресторанне господарство є важливою частиною української культури. Знання його історії допомагає зберегти цю культурну спадщину та передати її наступним поколінням); розвиток туризму (Україна стає все більш популярним туристичним напрямком. Знання історії українського ресторанного господарства може допомогти туристам краще зрозуміти українську культуру та кухню, а також вибрати ресторани, які відповідають їхнім смакам та очікуванням); освітні цілі (історія ресторанного господарства в Україні може бути цікавою та корисною для студентів, які вивчають кулінарію, гостинність, історію або інші гуманітарні науки); наукові дослідження (історія ресторанного господарства в Україні може бути предметом наукових досліджень, які можуть допомогти краще зрозуміти розвиток українського суспільства, економіки та культури).

Крім вищезазначених причин, ось деякі додаткові фактори, які роблять тему важливою для дослідження: зростання інтересу до української кухні (у світі зростає інтерес до української кухні. Знання історії цієї кухні може допомогти ресторанам в Україні та за кордоном запропонувати автентичні українські страви своїм гостям); відродження української культури (після Революції Гідності та початку війни на сході України зростає інтерес до української культури, включаючи українське ресторанне господарство); вплив пандемії COVID-19 (пандемія COVID-19 негативно вплинула на ресторанный бізнес в Україні. Знання історії ресторанного господарства може допомогти рестораторам краще зрозуміти, як вижити та процвітати в складних умовах).

Ресторанный бізнес мав різні періоди розвитку та завжди залежав від впливу чинників зовнішнього середовища. Протягом багатьох років ресторанне господарство проходило складний шлях, починаючи з місця організації харчування подорожуючих аж до створення потужних мереж ресторанів [1].

Зародження української національної кулінарної традиції відбувалось в межах першого етапу розвитку ресторанної справи протягом IV тис. до н.е. – VII ст. н.е. Визначну роль тут відігравали основні заняття людей – скотарство та землеробство, що спонукало їх до особливого способу приготування їжі в печах закритого типу.

З прийняттям християнства в Київській Русі у 988 р. посилюються культурні й релігійні зв'язки з країнами християнського світу – великого розвитку набуває паломництво. В Україні до паломників ставилися дуже шанобливо. Паломники могли зупинитися у приватних будинках і садибах, при церквах і монастирях, де нічліг був переважно безкоштовним, рідше вимагав посильного пожертвування. Безкоштовним було і харчування для бідних прочан в ідальні Лаври. Для інших категорій паломників страви також коштували недорого.

Харчування паломників, що зупинялися в Лаврі, забезпечувалось частково власним виробництвом, а цукор, сіль, солонина, риба, крупи, борошно, олія, вино купувалися у постачальників. Харчування було, в основному, пісним, але досить різноманітним: готувалися страви з овочів, картоплі, грибів, випікався хліб, пиріжки. В якості напоїв подавали чай і квас. Безкоштовно годували мандрівників і в Троїцькому монастирі, в Китаєвській і Феофанівській пустинях (монастирі).

У XII – XIII ст. в Київській Русі почали з'являтися постоялі або гостинні двори. Вони були призначені для всіх категорій населення. В них можна було розмістити коней і транспортні засоби відвідувачів, тобто пропонувалися послуги «постою», а також поїсти та переночувати. У Києві були «вірменський двір», «генуезький двір», «венетянський двір» та ін. До XV ст. постоялі двори приєдналися до поштових станцій. По суті їх можна назвати прообразами мотелів. У великих містах з'явилися гостинні двори, що відрізняються від постоялих тим, що тут подорожні діставали можливість не тільки розміщення і харчування, але і здійснення комерційних операцій, тобто в гостинних дворах об'єднувалися мебльовані кімнати, торгові ряди, лавки, склади. Як правило, все це обносилося стінами і баштами з в'їзними комірами. Постоялі двори вздовж доріг проіснували до сер. XIX ст. і припинили своє існування з розвитком залізниці [2].

Українська національна кулінарна традиція продовжувала формуватися за принципом «всупереч ворогам», що спонукало українців до оптимізації сировини, що використовувалась, а також завдяки

використанню нових продуктів харчування, що з'являлись у результаті розширення міждержавних зв'язків України. В подальшому основу для розвитку ресторанного бізнесу в Україні того часу створив корчемний промисел [3].

У XVI столітті за ініціативою держави на Русі з'явився новий тип закладу харчування – шинок, який, маючи вагомий урядовий підтримку, переміг у конкурентній боротьбі корчму. В той же час на Галичині, зокрема у Львові, особливого поширення набули забігайлівки – заклад харчування, в якому подавали перші алкогольні напої. Цей аналог кафе або невеликого ресторану.

Перша кав'ярня на території сучасної України, а саме в Речі Посполитій, з'явилась в 1672 р. в Кам'янці-Подільському. До Львова мода на каву прийшла дещо пізніше у XVIII ст. Пили каву з молоком і цукром з філіжанки, а подавали її у кавнику (імбрику).

Під час правління Катерини II (1783-1790 рр.) дуже швидко почали поширюватись нові заклади харчування – трактири. Підприємство харчування з обслуговуванням офіціантами, розташоване біля дороги, з широким асортиментом закусок, гарячих перших і других страв та буфетної продукції. Були трактири фешенебельні- для багатих і дешеві- для бідних. Вони стали родоначальниками нинішніх ресторанів. Краці вулиці Києва прикрашали вивіски трактирів: Місто Париж, Королівський будинок, Шведська, Таврійській. На жаль, господарі цих трактирів були іноземці: французи, англійці, німці та ін.

Негативним для розвитку українського кулінарного мистецтва була мода на кухарів-французів. Оскільки більшість страв української кухні відрізняється від страв кухонь іноземних країн складною рецептурою та комбінованими методами приготування, то рецептура багатьох страв змінилась, що погіршило їх смакові якості.

Справжні ресторани в Україні з'явилися в 1805 р. У 1821 р. виникла необхідність законодавчого врегулювання ведення ресторанної справи, тому було видано Положення «Про заклади трактирного промислу» (із змінами 1835 р.; 1861 р.; 1893 р.), в якому виділялись категорії: готелі, ресторації, кавові будинки, трактири і харчевні. Поняття ресторану як окремого закладу високого класу було оформлено юридично лише в 1894 р. З цього часу в російському ресторанному бізнесі було введено ресторанні розряди. Остаточо ресторанний бізнес в Російській Імперії, і в тому числі в Україні, сформувався після скасування кріпосного права в 60-70 рр. XIX ст.

Основними типами підприємств харчування в XIX – поч. XX ст. були: ресторани, чайні, кавові, кафе, трактири, їдальні, перевізні, пивні лавки, портерні, харчевні, кухмістерській, кабаки та ін. [4].

З отримання України незалежності, почався період якісного та кількісного розвитку національного ресторанного бізнесу. Окремі науковці вважають цей період «новим народженням» українського ресторанного бізнесу. Роздержавлення та приватизація, комерціалізація розпочали процеси ринкових перетворень, сприяли становленню ресторанного бізнесу в Україні, під час якого відбувались та продовжують відбуватись кардинальні зміни, що характеризуються змінами форм власності з державної та колективної на приватну, можливістю обрання різних організаційно-правових форм господарювання, формуванням нової мережі закладів фізичних осіб – підприємців та зміною співвідношення з мережею підприємств – юридичних осіб, суттєвими змінами часток загальнодоступної та закритої мереж, змінами в структурі мережі за типами закладів, формуванням мережевих та немережевих загальнодоступних підприємств тощо. Починаючи з другої половини XX ст. і до теперішнього часу, розвитку сфери ресторанного господарства притаманне активне менеджерське прагнення до інновацій, яке, насамперед, обумовлено загостренням конкуренції [5].

Отже, з всього вище сказаного можна зробити висновок, що впродовж всього існування українських земель ресторанне господарство стрімко розвивалося. Основу цієї галузі складають підприємства, які характеризуються єдністю форм організації виробництва й обслуговування споживачів, їх розрізняють за типами та спеціалізацією. Український ресторанний ринок і до тепер розвивається дуже динамічно: кількість закладів ресторанного господарства збільшилася, поліпшився зовнішній вигляд, розширився асортимент пропонованих страв і напоїв.

Список використаних джерел

1. Іванік О. Л. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ivanik.htm (дата звернення: 22.04.2024).
2. Васютинська Р., Тарасова О. Ресторан – це коли або пан, або пропав. *Галицькі контракти*. 2003. № 6. С.23-28.
3. Пересічний О. В. Готельно-ресторанний бізнес: стан та перспективи розвитку. Київ: Знання, 2007. 289 с.
4. Постова В.В., Трохимчук В.В. Соціально-економічний розвиток ресторанного бізнесу в Україні. *Туризм: наука, освіта, практика* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Рівне, 20 квіт. 2023 р. Рівне, 2023. С. 109-114.
5. Постова В.В. Напрями стимулювання організаційного і соціально-економічного розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 1 (5). С. 27-32.

Критерії оцінки експертами якості вин

Серед споживачів існує досить багато міфів та різноманітних думок щодо того, яке вино найкраще та за якими критеріями варто обирати напій. Оцінюючи якість будь-якого алкогольного напою недостатньо враховувати лише очевидні характеристики продукту, такі як колір, аромат і смак. Експерти, що проводять дегустацію вина зазвичай здійснюють її у чотири кроки: погляд, запах, смак, роздуми.

Під час зорової дегустації сомельє робить акценти на кількох ознаках, а саме прозорість, колір та «ніжки» вина. Прозорість визначають обов'язково при денному світлі. Якщо вино прозоре і без зайвих включень, то дегустатор одразу може зробити помітку, що вино – молоде. Якщо ж на дні келиху помітний осад, що є ознакою елітарності та довготривалої витримки, то стає зрозумілим, що це вино – витримане. Колір вина відноситься до показників, що комплексно характеризують його фізико-хімічний склад і якість. Колір вина залежить від сорту винограду і технології виробництва, тому колір повинен відповідати певному типу вина і його віку. Для характеристики кольоровості вин розроблені різні інструментальні методи, одним з яких є спектрофотометричний метод, що базується на вимірюванні показників інтенсивності та відтінку кольору вин. Наприклад, яскраві та насичені кольори більш притаманні солодким винам зі спекотних районів, тоді як світлі кольори характерні для легких та сухих вин із районів з прохолодним кліматом. Якщо покрутити келих з вином, то з'являються тонкі сліди, що стікають по стінках келиха – це так звані ніжки. Якщо краплі стікають повільно, це свідчить про високий вміст спирту. У легких столових винах «ніжки» майже непомітні.

Букет вина складається з безлічі різних ароматів. Звичайні люди не розпізнають їх окремо і сприймають смак вина в цілому та формують своє особисте сприйняття смаку. Навчитися розпізнавати, розрізняти та давати назву окремим ароматам – в цьому і полягає високе мистецтво дегустації. Сьогодні прийнято поділяти усі запахи вина на первинні, вторинні та третинні. Первинними ароматами французи називають запахи, притаманні тому чи іншому сорту винограду, які пізніше проявляються у вині: мається на увазі квіткові, фруктові або пряні ноти. Вторинними ароматами називають матеріали, що притаманні самому букету, вони з'являються при бродінні вина. При цьому мова також йде про фруктові, квіткові і пряні ноти, які утворилися вже в результаті ферментативних реакцій в період бродіння. Під третинними ароматами розуміються аромати зрілості, тобто ті запахи, які виникають в період дозрівання вина в бочках і визрівання вина в пляшках [1].

Смакові особливості вина відчуються по мірі того, як їх вловлюють смакові рецептори під час дегустації. Основні характеристики напою визначаються за п'ятьма ключовими ознаками: солодкість, кислотність, вміст танінів, міцність, тіло вина. Під час дегустації сомельє на смак може оцінити лише дві ознаки із п'яти наведених вище: солодкість та кислотність. Солодкість вина залежить від залишкового цукру, який не перетворився на спирт під час етапу бродіння. Масова концентрація цукру дозволяє встановити належність вина до тієї чи іншої групи. Окрім цього, визначення цукру є свого роду тестом на наявність підсолоджувачів, які можуть використовуватися замість натуральних цукрів винограду [2]. За допомогою кислотності можна класифікувати вина на такі як свіжі (висока кислотність), м'які (середня кислотність), плоскі (низька кислотність). Цікаво, що кислотність білих вин зазвичай вища у порівнянні з червоними винами. Це обумовлено тим, що виноград, з якого виготовляються білі вина, вирощується у більш холодних регіонах. Сам смак ми відчуваємо за допомогою нашого язика, а точніше через так звані смакові зони: гірка, кисла, солодка та солоні. Солодкість вина ми відчуваємо на кінчику язика, кислотність – верхній край язика, міцність – горло, вміст танінів (сухість) – внутрішня сторона щік.

На останньому етапі сомельє підсумовує всі свої відчуття і робить висновок про напій. Дуже важливо робити певні нотатки протягом всього процесу дегустації, що дозволяє краще зосередити увагу на своїх відчуттях, а також нотування змусить звертати увагу навіть на легкі смакові відтінки і навчить розрізняти їх. І головне, що після дегустації, маючи нотатки, можна буде одразу порівняти свої відчуття від різних вин і дати оцінку. Для полегшення нотування сомельє заповнюють дегустаційний листок, наприкінці дегустації враховують загальний бал. Оцінка вин проводиться по єдиній 10-ти бальній системі. Вино вважається відмінної якості якщо загальна оцінка становить 8,6...10 балів.

Список використаних джерел

1. Lesschaeve, I., Noble, A. C. 7 - Sensory analysis of wine. *Managing Wine Quality (Second Edition)*. In Woodhead Publishing Series in Food Science, Technology and Nutrition, Volume One: Viticulture and Wine Quality. 2022, Pages 243-277, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102067-8.00010-5>.

2. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. *Методи визначення фальсифікації товарів*. Підручник. — К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. — с. 146.

Вплив опромінення на якість і безпеку харчових продуктів

Нові харчові технології є надійним засобом уникнути спалахів захворювань у всьому світі, які спричинені мікробним забрудненням харчових продуктів. Термічні методи консервування харчових продуктів – це тривалий процес, який використовується для видалення патогенних мікробів, що спричиняють псування, та для інактивації ферментів. Ці методи споживають багато енергії та негативно впливають на якість кінцевого продукту через втрату поживних властивостей (зменшення вмісту вітамінів, денатурація білка, зміна сенсорних властивостей). Опромінення харчових продуктів – це один із видів нетеплових методів, у яких їжа піддається певній дозі неіонізуючого опромінення, такого як ультрафіолет, видиме світло, інфрачервоне опромінення, радіохвилі або іонізуюче опромінення, таке як гамма-промені, рентгенівське опромінення та пучки прискорених електронів. Опромінення допомагає підвищити гігієну та безпеку, а також мінімально впливає на аромат, колір, смак, харчову цінність та інші характеристики їжі [1].

Іонізуючі опромінення визначаються як опромінення, які викликають збудження та іонізацію в поглиненій речовині. Для харчових цілей з використанням іонізуючого опромінення радіологічно безпечними вважаються гамма-промені від джерел кобальту-60 до 5 МеВ, рентгенівські промені від рентгенівських апаратів до 5 МеВ і пучки електронів від прискорювачів електронів до 10 МеВ. Як правило, іонізуюче опромінення впливає на мікроорганізми за допомогою двох основних механізмів, а саме: прямого та непрямого впливу. За прямого ефекту ці опромінення безпосередньо викликають руйнування компонентів мікробної клітини, таких як ліпіди, вуглеводи та ДНК, тоді як за непрямого впливу вільні радикали та реакційноздатні види, включаючи гідроксильні радикали, атоми водню та гідратовані електрони від радіолізу води, діють з компонентами клітини. Крім того, у випадку свіжих продуктів інактивація мікроорганізмів через непрямий вплив є основним механізмом, оскільки вода є головним компонентом у таких продуктах. Кінцевим результатом непрямих і прямих ефектів є виникнення фізіологічних, генетичних, епігенетичних і біологічних змін [2].

У 1950-х роках по всій Західній Європі були розпочаті дослідницькі ініціативи щодо опромінення їжі. Щоб дослідити та підтвердити вплив опромінення на якість харчових продуктів та його вплив на вміст харчових продуктів у 1970 році було створено Міжнародний проект у галузі опромінення харчових продуктів (IPFI), результати якого були вивчені Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) і Міжнародним агентством з атомної енергії (МАГАТЕ). В результаті було схвалено конкретні дози іонізуючого опромінення, якими можна надавати їжу, не створюючи жодних токсичних ризиків і не спричиняючи харчових чи бактеріальних проблем. Відповідно, опромінення харчових продуктів було прийнято як санітарний і фітосанітарний метод обробки для більш ніж 60 харчових продуктів і товарів у більш ніж 70 країнах. Однак комітет встановив, що на продукті, який піддався опроміненню, має бути розміщено спеціальний логотип Radura або/та додаткові твердження, такі як «Оброблено радіацією», «Оброблено опроміненням», «Опромінене для безпеки харчових продуктів». Це гарантує право споживача вибирати між споживанням опромінених і неопромінених продуктів, оскільки він вільний робити це відповідно до закону про захист прав споживачів [3].

Техніка опромінення харчових продуктів є дозволеним інструментом, який використовується в комерційних масштабах у багатьох країнах для захисту різних типів харчових продуктів від псування та подовження терміну їх зберігання, не має жодних залишкових ефектів на оброблені харчові продукти, на відміну від консервантів і пестицидів. Опромінення харчових продуктів вважається найкращою технологією для знезараження свіжих фруктів і овочів, але стикається з багатьма перешкодами через погане сприйняття споживачами, які приймають рішення спираючись на почуття, а не на наукові факти і негативно реагують на будь-яке згадування слова «радіація» у контексті харчових продуктів.

Список використаних джерел

1. Bisht, B., Bhatnagar, P., Gururani, P., et al. Food irradiation: Effect of ionizing and non-ionizing radiations on preservation of fruits and vegetables – a review, *Trends in Food Science & Technology*, Volume 114, 2021, Pages 372-385, <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.06.002>
2. Bhatnagar, P., Gururani, P., Bisht, B., Kumar, V., Kumar, N., Joshi, R., & Vlaskin, M. S. (2022). Impact of irradiation on physico-chemical and nutritional properties of fruits and vegetables: A mini review. *Heliyon*, 8(10), e10918. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10918>
3. Eissa, F., El-Dein A. E. (2023). Irradiated and radioactively contaminated foods: Analysis of EU RASFF notifications from 1997 to 2022. *Journal of Environmental Radioactivity*, Volume 270, 107315, <https://doi.org/10.1016/j.jenvrad.2023.107315>

Піддубний В.А., професор, д.т.н.

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

Чагайда А.О., доцент, к.т.н.

Державний університет «Житомирська політехніка»

Застосування теплових насосів як елементів енергозбереження на підприємствах харчової промисловості

Теплові насоси мають вирішальне значення для реалізації необхідного скорочення викидів у промислових теплових процесах, адже зменшують потребу промислової енергії за рахунок підвищення загальної ефективності. Будучи важливою технологією електрифікації, вони також забезпечують перехід від викопного палива до низьковуглецевої електроенергії і за сценарієм чистих нульових викидів, розробленим Міжнародним енергетичним агентством, теплові насоси забезпечуватимуть 30% потреби в теплі при низьких і середніх температурах (до 400°C) у легкій промисловості та, особливо, у харчовій промисловості до 2050 року [1]. Теплові насоси є перспективним варіантом декарбонізації промислового сектора, однак на їх продуктивність на рівні підприємства можуть вплинути різноманітні зміни технологічного процесу. Тепловий насос зменшує чисті потреби в нагріванні та охолодженні, передаючи тепло з ділянки з надлишком тепла до ділянки з чистим попитом на тепло. Термодинамічні характеристики теплового насоса зазвичай виражаються через коефіцієнт продуктивності, який є співвідношенням між кількістю тепла, що постачається, і необхідною роботою [2].

В останні роки використання промислових сушарок набуває все більшого поширення через недоліки традиційних методів сушіння сільськогосподарської продукції. Ці звичайні методи часто призводять до зниження якості продукту, незначного терміну придатності та збільшення проблем для здоров'я. Разом із тим, промислові сушарки потребують багато часу та енергії для сушіння сільськогосподарської продукції з високою вологістю (приблизно до 80%). Найбільш ефективним серед промислових сушарок є сушарки з тепловим насосом, що мають численні переваги: вони високоефективні, доступні для контролю температури та відносної вологості, є низькотемпературними системами та обладнані для використання відпрацьованого тепла та будь-якої іншої енергії як первинних джерел енергії [3]. Теплонасосна технологія вважається перспективним методом сушіння матеріалів завдяки високій ефективності сушіння, питомій вологовіддачі та низьким інвестиційним витратам. Однак у розвитку технології сушіння тепловим насосом все ще існують певні технічні труднощі, адже сушіння, зазвичай, виконується за допомогою традиційної одноступеневої компресійної системи теплового насоса (температура сушіння низька, швидкість висихання повільна, споживання енергії значно зростає особливо на пізній стадії сушіння) [4].

Сонячна енергія, яка вважається одним із найчистіших джерел енергії, має переваги в тому, що вона універсально доступна, не забруднює навколишнє середовище, має велику енергію та довговічність. У порівнянні з традиційними викопними джерелами енергії, сонячна енергія є екологічно чистою і використання її ресурсів сприяє досягненню мети – «пік вуглецю та вуглецева нейтральність», а поєднання сонячної енергії та парокомпресійних теплових насосів, у системах теплового насоса з сонячною батареєю, не тільки економить традиційне споживання електроенергії, але й розширює потенціал застосування сонячної енергії. Системи сушіння за допомогою сонячного теплового насоса доповнюють одна одну, пропонуючи такі переваги, як висока швидкість сушіння, висока якість висушених продуктів, захист навколишнього середовища та енергозбереження [4]. Поєднання вакуумного сушіння із сушінням з тепловим насосом також широко використовуються в харчовій промисловості, однак різна тривалість сушіння під час комбінованого сушіння може помітно вплинути на фізичні та хімічні властивості, а також на поживну цінність готового продукту.

Список використаних джерел

1. Dumont, M., Wang, R., Wenzke, D., Blok, K., Heijungs, R. The techno-economic integrability of high-temperature heat pumps for decarbonizing process heat in the food and beverages industry. *Resources, Conservation and Recycling*, Volume 188, 2023, 106605. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2022.106605>
2. de Raad, B., van Lieshout, M., Stougie, L., Ramirez, A. Improving plant-level heat pump performance through process modifications, *Applied Energy*, Volume 358, 2024, 122667. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2024.122667>.
3. Deymi-Dashtebayaz, M., Davoodi, V., Khutornaya, J., Sergienko, O. Parametric analysis and multi-objective optimization of a heat pump dryer based on working conditions and using different refrigerants, *Energy*, Volume 284, 2023, 129231. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2023.129231>
4. Zou, L., Liu, Y., Yu, M., Yu, J. A review of solar assisted heat pump technology for drying applications, *Energy*, Volume 283, 2023, 129215. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2023.129215>

Сприйняття м'ясних снєків активними туристами

Зручність їжі є фундаментальною для сучасних харчових ринків і, за деякими оцінками, ця тенденція зручності може становити приблизно 16...18 відсотків інновацій у сфері харчових продуктів у Європі. У своїй найбільш звичайній формі зручність їжі досягається через високий ступінь промислової обробки та обумовлюється попитом на легкість збору, приготування та споживання. Споживачі потребують менших фізичних і розумових інвестицій у загальний процес покупки, приготування та поведіння з їжею, а також у прибиранні після їжі. Очікується, що все більшу кількість продуктів можна їсти без зусиль під час повсякденної діяльності, наприклад під час перегляду телевізора, роботи за столом, телефонування або в дорозі. Особливий інтерес для споживачів викликає зручність і легкість приготування страв на основі м'яса, оскільки м'ясо, як правило, все ще є центральним елементом західної дієти [1].

У 2019 році в усьому світі на сегмент кондитерських виробів і снєків припадало 17% виручки від продуктів харчування та 8% обсягу продажів. Продажі цих продуктів зросли на 3% порівняно з 2018 роком, а в Європі та Південній Америці з 2018 по 2025 рік очікується зростання на 1,8% і 2,6% (сукупний річний темп зростання/середній темп зростання за рік з 2012 по 2025 рік), відповідно. Немає єдиного визначення снєків і, мабуть, найпоширенішим є таке, що розглядає снєки як «продукти, які не входять до основних щоденних прийомів їжі (сніданок, обід або вечеря) і які споживаються для втамування голоду, забезпечуючи через мінімальну кількість їжі достатню енергію для тіла, яку також можна споживати для задоволення». У 2014 році солоні снєки посіли перше місце на ринку Північної Америки, а на ринку Європи та Південної Америки – третє. Серед солоних снєків останніми роками різко зростають м'ясні [2]. Обсяг світового ринку закусок у 2022 році оцінювався в 1483,14 мільярда доларів США, і очікується, що з 2023 до 2030 року він зростатиме на 2,8% у середньому на рік. Зростаючий наголос на виборі здорових перекусів і зростання обізнаності про харчування спонукали до розробки різноманітного асортименту альтернативних перекусів. Крім того, вплив культурного розмаїття та глобалізації розширив асортимент варіантів перекусів, доступних у всьому світі [3].

Перекуси вийшли за межі своєї традиційної ролі розваги між прийомами їжі – тепер вони замінюють їжу, підсилюють енергію та доповнюють спілкування під час зустрічей і заходів. Така зміна способів перекусити значною мірою сприяла загальному зростанню індустрії. Більше того, перекуси стали невід'ємною частиною соціальних взаємодій, адже ними діляться та насолоджуються під час соціальних зустрічей, вечірок та заходів. Збільшення частоти перекусів створило нові можливості для виробників, стимулюючи споживання та інновації на ринку [3]. В останнє десятиліття зростає інтерес споживачів до снєкових продуктів із в'яленого м'яса. Ця тенденція була заохочена рекомендаціями дієтологів споживати збільшену кількість білків при одночасному зниженні рівня вуглеводів у їжі. М'ясні снєки були розроблені як продукти преміум-класу, що характеризуються високою концентрацією поживних речовин, а також мають високу цінність як зручний харчовий продукт, призначений особливо для молодих, фізично та розумово активних людей, а також професійних спортсменів. Основними видами м'яса, які використовуються в якості м'ясних закусточних паличок, є яловичина, особливо в США, а також курка і дичина. М'ясо яловичини характеризується високою якістю білка, заліза та вітаміну В, тоді як м'ясо курки має відносно низький вміст жиру, багате високоякісним білком і поліненасиченими жирними кислотами [4].

Висока конкурентна боротьба за споживача ставить перед виробниками задачі щодо пошуку дієвих способів залучення нових покупців: розширення асортименту, зниження собівартості та підвищення корисних властивостей виробленої продукції.

Список використаних джерел

1. Leroy, F., & Degreef, F. (2015). Convenient meat and meat products. Societal and technological issues. *Appetite*, 94, 40–46. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.01.022>
2. Alarcón-García MA, Perez-Alvarez JA, López-Vargas JH, Pagán-Moreno MJ. Meat Snacks Consumption: Aspects That the Consumer Looks for to Consider Them a Healthy Food. *Proceedings*. 2021; 70(1):82. https://doi.org/10.3390/foods_2020-07738
3. Grand View Research. Snacks Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Frozen & Refrigerated, Fruit, Bakery), By Packaging (Bags & Pouches, Boxes), By Distribution Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2023 – 2030.
4. Zdanowska-Sąsiadek Ż, Marchewka J, Horbańczuk JO, Wierzbicka A, Lipińska P, Józwiak A, Atanasov AG, Huminiecki Ł, Sieroń A, Sieroń K, et al. Nutrients Composition in Fit Snacks Made from Ostrich, Beef and Chicken Dried Meat. *Molecules*. 2018; 23(6):1267. <https://doi.org/10.3390/molecules23061267>

Можливості розвитку крафтового пивного туризму

Хоча рух крафтового пивоваріння спочатку зародився у Сполучених Штатах, його популярність стрімко зростає у всьому світі. Однією з визначальних особливостей шанувальників крафтового пива є бажання споживати його безпосередньо в пивоварнях, де воно виробляється, що дає можливість насолодитися пивом у його найсвіжішому вигляді. Крім того, відвідування крафтових пивоварень дозволяє любителям пива смакувати унікальні сорти, що доступні тільки на місці виробництва або обмежених географічних ринках. Це спричинило розвиток так званого пивного туризму, коли шанувальники крафтового пива подорожують до різних місць з метою відвідати місцеві пивоварні [1].

Усі чи майже всі види туристичної діяльності пов'язані з харчуванням, при цьому важливим компонентом є демонстрація продукту туристам, які потім зможуть придбати цей продукт. Туризм із їжею та напоями все більше визнається важливою частиною ринку культурного туризму. Туристи шукають автентичних і унікальних вражень, а споживання місцевої їжі та напоїв наближає туриста до культури приймаючої країни. У той час як їжа та вино вже давно вважалися важливими компонентами туристичного досвіду і часто включалися в просування туризму в пункті призначення, а також сприяли туристичним атракціонам, таким як фестивалі, пивний туризм можна охарактеризувати як цілеспрямоване відвідування пивоварень і фестивалів, присвячених просуванню і продажу пива, а також відвідування дегустацій пива. Це створює сприйняття атрибутів пивного регіону як головних мотиваційних факторів для відвідувачів. Трирічне дослідження в Онтаріо (на загальній вибірці 2136 респондентів) свідчить, що пивні маршрути повинні бути побудовані як і винні маршрути, оскільки пивний туризм все більше визнається як спосіб представлення місцевих продуктів та стимулювання туристичного попиту [2]. Поява крафтового пивного туризму, зокрема на ринку гастрономічного туризму, передбачає об'єднання виробників пива. Дослідження практики крафтового пивоварного туризму в США та Великобританії підтверджує чотири ринкові переваги такого шляху розвитку: екскурсії по пивоварнях, дегустаційні бари та заходи крафтового пива (які заохочують споживачів відвідувати пивоварню), сприяння впізнаваності бренду пива та збільшення продажів [3].

Пивоварні, музеї та виставки пива, фестивалі пива та пивні маршрути стають все більш туристичними об'єктами Європи та США. Guinness Storehouse є провідним міжнародним об'єктом Ірландії для відвідувачів, який відвідало понад 1,7 мільйона гостей у 2018 році, тоді як Мюнхенський Октоберфест у Німеччині залучив близько 6,3 мільйона відвідувачів під час події 2019 року. Під час подорожі пивний турист (як і всі мандрівники) може брати участь у багатьох інших туристичних заходах, включаючи як кулінарні (наприклад, їжа в ресторани для гурманів), так і більш загальні (наприклад, покупки). Порівняно з мандрівниками, які не були мотивовані пивом, пивні туристи з більшою ймовірністю будуть брати участь майже в усіх видах дегустації їжі та напоїв, за винятком найпоширеніших або «звичайних» (а саме відвідування ресторану для незабутніх вражень, їжа в ресторані вишуканої кухні та відвідування сільськогосподарського ярмарку/фермерського ринку). Під час подорожі пивні туристи витрачають на 42% більше коштів в день на їжу та напої, ніж інші туристи, що вказує на їх цінність для місць призначення [4].

Пивний туризм став невід'ємною частиною гастрономічного туризму, а також чудовим шансом для багатьох країн представити нову форму сталого туризму. Країни, що мають давні традиції пивоваріння, пропонують різноманітні програми для справжнього пивного досвіду: від масштабних фестивалів до віддалених монастирських пивоварень. Оскільки пивні туристи орієнтовані не просто на пивні заходи, існує великий потенціал для перехресного просування продуктів харчування та напоїв, відвідування культурних пам'яток та участь у подіях, адже усі споживачі послуг індустрії гостинності прагнуть отримати різноманітні унікальні і незабутні враження.

Список використаних джерел

1. Reid, N. (2021). Craft Beer Tourism: The Search for Authenticity, Diversity, and Great Beer. In: Ferrante, M., Fritz, O., Öner, Ö. (eds) *Regional Science Perspectives on Tourism and Hospitality. Advances in Spatial Science*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-61274-0_16
2. Plummer, R., Telfer, D., Hashimoto, A., & Summers, R. (2005). Beer tourism in Canada along the Waterloo–Wellington ale trail. *Tourism Management*, 26(3), 447–458. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.12.002>
3. Dunn, A., & Wickham, M. (2016). Craft brewery tourism best-practices: a research agenda. *Annals of Tourism Research*, 56, 140–142. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.10.009>
4. Stone, M. J., Garibaldi, R., & Pozzi, A. (2020). Motivation, behaviors, and travel activities of beer tourists. *Tourism Review International*, 24(2-3), 167–178. <https://doi.org/10.3727/154427220X15912253254437>

Перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні

Ресторанний бізнес в Україні є галуззю, яка має значний потенціал для зростання. Цей потенціал обумовлюється низкою факторів, таких як зростання доходів населення, урбанізація, збільшення кількості туристів та розвиток гастрономічної культури.

Ресторанний бізнес є одним із найбільш значущих складників індустрії гостинності. Одним із головних завдань нині залишається аналіз ринку ресторанних послуг та визначення основних тенденцій його розвитку, які дають змогу відкрити підприємцям нові можливості для заснування бізнесу в найбільш затребуваних та перспективних сегментних нішах, що зможе призвести до подальшого розвитку ресторанного бізнесу в Україні. На сучасному етапі ресторанне господарство – багатоаспектне явище, що тісно поєднане з економікою, історією, географією, медициною, культурою, спортом [1].

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно розширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. В якості сфери підприємницької діяльності ресторанне господарство виконує соціальні та економічні функції. Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидкою оберненість вкладених засобів. Прибуток від інвестування складає близько 15-25%, що зацікавлює нових учасників цього ринку і стимулює його поширення [2].

Якщо простежити динаміку кількості ресторанних закладів різних типів протягом багатьох років, можна зробити наступні висновки:

- перше місце займають заклади швидкого харчування (темпи зростання 326,8%);
- на другому місці – ресторани (134,6%);
- на третьому – кафе (121,2%);
- на четвертому – бари (104,9%);
- на п'ятому – їдальні (75,3%).

В даний час зростання спостерігається за закладами середнього цінового сегменту (середній чек становить 100-150 грн. з особи). За дослідженнями фахівців, за 2018 рік частка закладів дешевого сегмента склала близько 30%, а середнього – більше 50% [3].

Основним критерієм вибору закладу споживачами все частіше стає якість кухні, а тенденція «демократизації» призвела до появи ресторанів із красивим інтер'єром, меблями та посудом, але з досить доступними цінами. Найбільш затребуваними є заклади у середньому та низькому ціновому сегменті, які пропонують страви української кухні. Активно розвиваються також заклади з італійською та японською кухнею, кав'ярні, кондитерські, булочні, паби, фаст-фуди і стріт-фуди.

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «некафе» або «smart cafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста, або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою ресторанні підприємства нового формату, які спеціально пристосовані для фрілансерів, стартаперів, IT-підприємців та маркетологів.

Отже, зараз недостатньо просто створити хороший ресторан із пристойною кухнею, потрібно створити індивідуальний продукт чи напій, який можна буде назвати і подати як hand made. На ринку ресторанних послуг постійно відбуваються зміни. Це пояснюється тим, що ресторанний бізнес – дуже специфічна сфера діяльності, яка повністю залежить від вражень споживачів. Слід і надалі розвивати та підтримувати ресторанний бізнес як частину індустрії гостинності, що є обличчям країни, тому цей напрям потребує подальших досліджень. Перераховані тенденції зумовлюють появу нових видів організації ресторанного господарства, зростання конкуренції між ними, поглинання неконкурентоспроможних.

Список використаних джерел

1. Єгупова І.М. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія. Одеса, 2016. 262 с.
2. Малиновська Т.М. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства в світі та Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/malynovska.htm (дата звернення: 27.04.2024).
3. Brykova T., Postova V., Mazurkevych I., Kiziun A., Semko T. Social and Economic Potential of the EU Countries' Tourism and Hospitality Industry. *Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe*, 2023. vol. 6, no. 2, pp. 133-151.

Аддитивне виробництво харчових продуктів

Аддитивне виробництво – це метод побудови будь-яких предметів за їхньою 3D-моделлю. Цей процес ще називають «вирощуванням», тому що виріб виготовляється поступово, шар за шаром. Останні досягнення в технології тривимірного (3D) друку дозволили формувати їжу в унікальних і складних тривимірних формах. Тривимірний друк харчових продуктів пропонує потенційні переваги для виробництва з точки зору зміни текстури, персоналізованого харчування та адаптації до конкретних потреб споживачів. Це може забезпечувати привабливу презентацію інноваційних і складних харчових продуктів, створювати продукти з унікальною текстурою, адаптовані до пацієнтів із дисфагією, і підтримувати сталість шляхом зменшення кількості відходів, використання побічних продуктів та включення екологічно чистих інгредієнтів. До відомих застосувань на сьогоднішній день належать, але не обмежуються цим, друк нових форм і складної геометрії з цукерок, шоколаду чи макаронних виробів, а також біодрукованого м'яса [1].

Конкретне застосування 3D-друку в продуктах харчування почалося на початку 2000-х років. На сьогоднішній день питання стосується прийнятності споживачами продуктів, надрукованих на 3D, оскільки вони мають незвичайний зовнішній вигляд, а з юридичної точки зору ці продукти слід розглядати як «нові продукти». Разом із тим, 3D-друк продуктів харчування має потенціал для значного впливу на ланцюги постачання продуктів харчування, надаючи споживачам можливість шукати онлайн-платформу для дизайну їжі, вибирати їжу, яку вони хотіли б мати, і згодом її доставляти [2].

Технологія тривимірного друку може бути розроблена для виробництва харчових продуктів, які відповідають індивідуальним харчовим потребам споживачів на основі їх харчового статусу, способу життя та дієтичних уподобань. Харчові принтери можуть допомогти досягти добре збалансованої дієти через налаштування харчування, коли клієнти контролюють свій раціон і точно підраховують калорії, вибираючи кількість і тип інгредієнтів та відповідні параметри виробництва через інтерфейс оператора принтера. Технологія тривимірного друку харчових продуктів дозволяє регулювати концентрацію макронутрієнтів і мікроелементів на моделях харчових продуктів, щоб задовольнити потреби людей із певними захворюваннями, пов'язаними з харчовими продуктами. Наприклад, можуть бути надруковані харчові продукти або дієти, щоб зменшити вміст натрію та калію для пацієнтів із хронічною хворобою нирок і ввести високий вміст харчових волокон для пацієнтів із ожирінням. Технологія тривимірного друку також може збагачувати харчові чорнила такими поживними речовинами, як вітаміни, мінерали та пробіотики, щоб створювати персоналізовані продукти харчування для спортсменів, вагітних жінок, дітей, щоб задовольнити харчові потреби особливих груп населення [1].

Екструзія є найпопулярнішим методом тривимірного друку харчових продуктів. Під час екструзії матеріали (рідкі, напівтверді або тверді) продавлюються через сопло для виготовлення 3D-об'єктів. Існує три типи техніки екструзії: холодна екструзія, екструзія гарячого розплаву та гелеутворення. Холодну екструзію проводять при кімнатній температурі без зміни фази. Екструзія гарячого розплаву в основному базується на механізмі, подібному до моделювання плавленого осадження: 1) нагрівання для витікання чорнила з сопла та 2) охолодження для затвердіння розплавленого шоколаду в шарі. Екструзія з утворенням гелю передбачає зміну фази після екструзії рідких матеріалів. Технології, засновані на екструзії, мають обмеження щодо стабільності та властивостей самопідтримки друкованих об'єктів, тим не менш, завдяки своїй простоті, цю технологію використовують для друку різних видів харчових продуктів [3].

На перешкоді масовому запровадженню друку харчових продуктів стоять проблеми можливого мікробіологічного забруднення під час створення харчового продукту та міграція токсичних часточок з елементів принтера. Окрім того проблеми друку харчових продуктів пов'язані із великою варіабельністю складу харчових інгредієнтів та мінливості їх фізичних властивостей.

Список використаних джерел

1. Zhu W, Iskandar MM, Baeghbali V, Kubow S. Three-Dimensional Printing of Foods: A Critical Review of the Present State in Healthcare Applications, and Potential Risks and Benefits. *Foods*. 2023; 12(17):3287. <https://doi.org/10.3390/foods12173287>
2. Baiano, A. (2022). 3D Printed Foods: A Comprehensive Review on Technologies, Nutritional Value, Safety, Consumer Attitude, Regulatory Framework, and Economic and Sustainability Issues. *Food Reviews International*, 38(5), 986–1016. <https://doi.org/10.1080/87559129.2020.1762091>
3. Wang T, Kaur L, Furuhashi Y, Aoyama H, Singh J. 3D Printing of Textured Soft Hybrid Meat Analogues. *Foods*. 2022; 11(3):478. <https://doi.org/10.3390/foods11030478>

Інтеграція інформаційних систем в ресторанному менеджменті

Інтеграція інформаційних систем у ресторанному менеджменті є ключовою складовою для оптимізації бізнес-процесів, підвищення ефективності управління та поліпшення обслуговування клієнтів. З розвитком технологій ресторани підприємства стикаються з необхідністю використання інтегрованих інформаційних систем для автоматизації різних аспектів діяльності.

У сучасному світі конкуренція в галузі ресторанного бізнесу надзвичайно висока, що вимагає від власників та менеджерів ресторанів використання передових технологій для оптимізації управління та забезпечення високої якості обслуговування. Інформаційні системи дозволяють автоматизувати процеси прийому замовлень, управління складом, контроль фінансів, аналіз витрат і звітність перед власниками. Крім того, вони сприяють покращенню взаємодії з клієнтами через онлайн бронювання, програми лояльності та збільшення зручності замовлення їжі. В умовах зростання вимог суспільства та збільшення конкуренції у сфері гостинності підприємствам необхідно вдосконалювати процес обслуговування, робити його максимально ефективним щодо виробництва та створювати умови для максимальної задоволеності клієнтів [1]. Інтеграція інформаційних систем в ресторанному менеджменті є важливою стратегією для покращення ефективності управління, забезпечення високої якості обслуговування та оптимізації бізнес-процесів. Особливо в умовах зростаючих вимог споживачів до швидкості обслуговування, якості їжі та зручності замовлення, ресторани повинні використовувати сучасні інформаційні технології для досягнення конкурентної переваги. У таблиці нижче наведені основні аспекти інтеграції інформаційних систем в ресторанному менеджменті. Ці аспекти є ключовими для покращення ефективності управління, забезпечення високої якості обслуговування та оптимізації бізнес-процесів у ресторанній галузі (табл. 1).

Таблиця 1 – Аспекти інтеграції інформаційних систем в ресторанному менеджменті

| Аспект | Опис |
|----------------------------------|--|
| Управління замовленнями | Автоматизація процесу прийому та обробки замовлень, відправлення замовлень на кухню. |
| Управління складом | Контроль за запасами і продуктами, автоматичне оновлення інформації про наявність товарів. |
| Управління персоналом | Планування графіків роботи, відстеження робочого часу та оплати праці персоналу. |
| Аналіз даних та звітність | Збір та аналіз даних про продажі, витрати, популярність страв, формування звітів для управління. |
| Онлайн бронювання | Інтеграція з системами онлайн бронювання столиків для зручності клієнтів. |
| Програми лояльності | Впровадження програм віртуальних карток або знижок для постійних клієнтів. |
| Підвищення взаємодії з клієнтами | Використання даних про клієнтів для персоналізації обслуговування та пропозицій. |

Кожен з цих аспектів відіграє важливу роль у покращенні функціонування ресторанного бізнесу, сприяючи зростанню ефективності, зменшенню витрат та поліпшенню якості обслуговування для клієнтів. Інтеграція інформаційних систем в ресторанний менеджмент є ключовим напрямком розвитку, який допомагає стати більш конкурентоспроможним і успішним на ринку харчового сервісу [2].

Отже, інтеграція інформаційних систем є необхідним елементом сучасного ресторанного бізнесу. Вона дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства, забезпечити більш ефективне управління та покращити якість обслуговування. Результати дослідження свідчать про те, що використання інтегрованих інформаційних систем в ресторанному менеджменті є перспективним напрямком розвитку, який сприяє росту прибутковості та задоволеності клієнтів.

Список використаних джерел

1. Постова В.В. Перспективи впровадження інтелектуальної автоматизації в ресторанний бізнес в умовах післявоєнного відновлення України. *Економіка та суспільство*, Вип. 49. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2331> (дата звернення : 25.04.2024).
2. Сопіга В. Б., Алілуйко М. С. Інтеграція систем менеджменту у готельно-ресторанних підприємствах. *Проблеми системного підходу в економіці : збірник наукових праць*. Київ : Національний авіаційний університет, 2019. Вип. 4 (72). С. 114-119.

УДК 640.43

Хорєв О.В., студ., ГРС-5, ФБСО

Чагайда А.О., к.т.н., доц.

Державний університет «Житомирська політехніка»

Вплив використання пробіотиків при годуванні птиці на якість курячого м'яса

На якість м'яса птиці та пов'язаних з ним продуктів можуть впливати різні фактори, які відносять до двох основних процесів: вирощування птиці та обробка м'яса. У процесі вирощування на якість м'яса птиці суттєво впливають генетичні, харчові та екологічні фактори, при цьому поживний склад раціону відіграє вирішальну роль у визначенні якості курячого м'яса. Добре збалансоване співвідношення основних поживних речовин у раціоні призводить до покращеного використання цих речовин і кращої загальної якості. Разом із тим, існує негативна кореляція між вмістом білків в кормі та часткою жиру в живій тварині. Це можна пояснити підвищеною потребою в енергії для розщеплення та реорганізації білка, що призводить до зменшення відкладення жиру.

Включення до раціону вітаміну Е підвищує окислювальну стабільність м'яса птиці і підвищує експресію матриксних металопротеїназ у м'язах, збільшуючи частку розчинної клітковини в м'язах і сприяння ліпогенезу, а вітамін D₃ покращує здатність м'язів птиці утримувати воду [1]. Харчовий кальцій може знизити рівень холестерину в плазмі, тоді як добавки дріжджового селену можуть збільшити концентрацію мікроелементів у м'ясі птиці. Окрім цього, на якість м'яса птиці також впливають і інші речовини. Так, бетаїн служить джерелом активних метильних груп для метаболічних процесів в організмі, тим самим збільшуючи рівні попередників смаку, таких як креатин, креатинін, інозинова кислота та міоглобін у м'ясі птиці, а додавання порошку цедри цитрусових підсилює свіжість, солодкість і аромат бульйону, одночасно ефективно усуваючи будь-які небажані присмаки [2].

Пробіотики стали багатообіцяючою альтернативою антибіотикам у птахівництві, пропонуючи не тільки покращені темпи росту, але й зменшивши частоту захворювань тварин. Крім того, вони виявляють інгібіторну дію на харчові патогени і сприяють покращенню мікробіоти кишечника птиці та сприяють зменшенню забруднення навколишнього середовища і загальному підвищенню безпеки харчових продуктів. Враховуючи складну природу мікробного співтовариства в кишечнику птиці, цілком імовірно, що пробіотики здійснюють свою дію через безліч механізмів. Механізми дії, пов'язані з додаванням пробіотиків до кормів для птиці, можуть включати оптимізацію складу кишкової флори, збільшення відкладення внутрішньом'язового жиру, посилення антиоксидантної здатності організму та модуляцію ендокринних гормонів греліну [3]. Крім того, пробіотики мають здатність пом'якшувати вироблення шкідливих метаболітів, таких як аміни, аміак, сірководень, індол і фекальні запахи в кишковому тракті. Таке зменшення вмісту шкідливих речовин позитивно впливає як на здоров'я шлунково-кишкового тракту, так і на якість тушки, що зрештою сприяє підвищенню продуктивності бройлерів. Додавання в корм для бройлерів пробіотиків, зокрема молочнокислих бактерій, може істотно сприяти зниженню рівня холестерину в м'ясі птиці. Ефективність *Bacillus coagulans* у зниженні вмісту холестерину та малонового діальдегіду була продемонстрована різними дослідженнями. Окрім того, позитивний вплив пробіотиків на бройлерів полягає у підвищенні рівня сироваткового білка та альбуміну, а також зниженні рівня загального холестерину та тригліцеридів у крові [4].

Включення добавок у раціон птиці здобуло визнання серед багатьох дієтологів за його глибокий вплив на якість м'яса. Додавання пробіотиків покращує смакові якості м'яса птиці, знижує вміст холестерину та жиру в грудках і стегнах бройлерів, сприяє загальному підвищенню безпеки отриманих харчових продуктів.

Список використаних джерел

1. Archile-Contreras A.C., Cha M.C., Mandell I.B., Miller S.P., Purslow P.P. Vitamins E and C may increase collagen turnover by intramuscular fibroblasts. Potential for Improved Meat Quality. *J. Agric. Food Chem.* 2011;59:608–614.
2. Vlaicu P.A., Untea A.E., Panaite T.D., Turcu R.P. Effect of dietary orange and grapefruit peel on growth performance, health status, meat quality and intestinal microflora of broiler chickens. *Ital. J. Anim. Sci.* 2020;19:1394–1405.
3. Lokapimasari W.P., Pribadi T.B., Arif A.A., Soeharsono S., Hidanah S., Harijani N., Najwan R., Huda K., Wardhani H.C.P., Rahman N.F.N.R., Yulianto A.B. Potency of probiotics *Bifidobacterium spp.* and *Lactobacillus casei* to improve growth performance and business analysis in organic laying hens. *Vet. World.* 2019;12:860–867.
4. Hossain M.E., Kim G.M., Lee S.K., Yang C.J. Growth performance, meat yield, oxidative stability, and fatty acid composition of meat from broilers fed diets supplemented with a medicinal plant and probiotics. *Asian-Australas. J. Anim. Sci.* 2012;25:1159–1168.

Чагайда А.О., доцент, к.т.н.

Державний університет «Житомирська політехніка»

Петровська І.О., доцент, к.с.н.

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Сприйняття споживачами альтернативних джерел білка

Глобальні продовольчі системи стикаються зі значними проблемами, спричиненими зростанням населення, зміною клімату, геополітичними конфліктами, кризами та зміною споживчих переваг. Прагнення вирішити ці проблеми, оптимізувати виробництво харчових продуктів, запровадити екологічні практики та розробити технологічні досягнення є важливими для забезпечення безпеки та суспільного визнання інновацій. Для того, щоб до 2050 року належним чином прогнозувати прогнозоване 10-мільярдне населення планети, світове виробництво продуктів харчування має зрости принаймні на 70%. Однак стара практика простого збільшення виробництва харчових продуктів без підвищення ефективності харчових систем залишилася в минулому. Зростаючий попит на оброблені харчові продукти, в поєднанні з виснаженням ресурсів, змусив галузь привернути увагу до сталого розвитку. Досягнення сталого розвитку є складним завданням, яке вимагає змін у моделях споживання харчових продуктів, включаючи зменшення зв'язку між доходом і споживанням продуктів тваринного походження, оновлення існуючих моделей ведення сільського господарства, інвестування в стійкі до клімату сільськогосподарські системи та проактивну політику для структурного розвитку сільського господарства та регулювання торгівлі харчовими продуктами [1].

М'ясо є важливим продуктом харчування та основним джерелом білка в раціоні багатьох людей і люди пристосовані до споживання м'яса. Крім того, м'ясо є значним джерелом поживних речовин, таких як вітаміни та мінерали, деякі з яких доступні або мають більшу біодоступність лише в продуктах тваринного походження. Проте в останні десятиліття виробництво та споживання м'яса було поставлено під сумнів через ряд проблем. У зв'язку з цим головне занепокоєння для тваринницького та м'ясного секторів пов'язане з стійкістю та етичними аспектами виробництва м'яса, а також проблемами здоров'я, пов'язаними зі споживанням м'яса [2]. Порівняно з м'ясом, ринкові частки альтернативних білків залишаються низькими навіть незважаючи на те, що супермаркети та ресторани все частіше пропонують альтернативи традиційним м'ясним продуктам або стравам. Альтернативні білки, такі як бобові, водорості, комахи, рослинні альтернативи м'ясу та культивоване м'ясо, як правило, вважаються більш здоровими та екологічно чистішими, ніж традиційні білки тваринного походження [3].

Вирощування комах для їжі вимагає значно менше ресурсів, ніж виробництво м'яса, при цьому істивні комахи можуть забезпечити організм людини необхідними поживними речовинами. З 2003 року Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО) офіційно заохочує споживання істивних комах, а з 1 січня 2018 року, згідно із Регламентом (ЄС) 2015/2238 Європейського Парламенту та Ради, до поняття «нових харчових продуктів» включили комах та їхні частини [4]. Деякі з істивних видів комах мають вищу енергетичну цінність, більший вміст білка, жиру, поліненасичених жирних кислот і холестерину у порівнянні із м'ясом забійних тварин, але при цьому в комах менший вміст насичених жирних кислот, мононенасичених жирних кислот, тіаміну, ніацину, заліза. Комахи, незалежно від виду і форми розвитку, характеризуються більшим вмістом токоферолу, рибофлавіну, кальцію, цинку, міді, марганцю, а також, на відміну від м'яса, вони є джерелом вітаміну С і харчових волокон [5].

Для підвищення привабливості харчових продуктів, що вміщують істивних комах, робиться акцент на забезпеченні організму людини високоякісними джерелами білка і незамінними амінокислотами, а самі продукти пропонуються у формі, зручній та простій для споживання, яка відповідає уподобанням значної кількості цільових споживачів.

Список використаних джерел

1. Galanakis, C.M. (2024). The Future of Food. *Foods*, 13, 506. <https://doi.org/10.3390/foods13040506>
2. Font-I-Furnols M. (2023). Meat Consumption, Sustainability and Alternatives: An Overview of Motives and Barriers. *Foods (Basel, Switzerland)*, 12(11), 2144. <https://doi.org/10.3390/foods12112144>
3. Onwezen, M. C., Bouwman, E. P., Reinders, M. J., & Dagevos, H. (2021). A systematic review on consumer acceptance of alternative proteins: Pulses, algae, insects, plant-based meat alternatives, and cultured meat. *Appetite*, 159, 105058. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105058>
4. Regulation (EU) 2015/2283 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on novel foods. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.eumonitor.eu/9353000/1/j9vvik7m1c3gyxp/vjzs3b3iclye>
5. Orkusz A. (2021). Edible Insects versus Meat-Nutritional Comparison: Knowledge of Their Composition Is the Key to Good Health. *Nutrients*, 13(4), 1207. <https://doi.org/10.3390/nu13041207>

Вплив споживання харчових волокон на здоров'я людини

На здоров'я людини впливає багато факторів, при цьому одним із найважливіших є харчування. Для нормального протікання обміну речовин і забезпечення всіх життєвих функцій організму необхідні поживні речовини, такі як білки, жири, вуглеводи. Однак, з розвитком харчової промисловості у світі відбулось зростання ряду захворювань, які називаються хворобами цивілізації. Для запобігання ризику низьки захворювань дослідниками було визнано за необхідне рекомендувати вживання продуктів функціонального призначення, що збагачені харчовими волокнами.

За проектом «Seguimiento Universidad de Navarra» було проведено дослідження зв'язку між харчовими волокнами і смертністю від серцево-судинних захворювань. Біологічно активні сполуки, такі як поліфеноли, клітковина, вітаміни та мінерали, знижують ризик серцево-судинних захворювань і раку, надаючи антиоксидантну, протизапальну і антитромботичну дію. Джерелом харчових волокон в першу чергу є овочі і фрукти, тому ВООЗ рекомендує мінімальне щоденне споживання цих продуктів в кількості 400 г. Згідно із дослідженнями, більше споживання клітковини пов'язане з нижчим ризиком смертності на 13...21% [1]. Харчові волокна, як частина рослинної їжі, покращують травлення в нашому організмі, зменшуючи вміст холестерину і знижуючи рівень глюкози в крові. Споживання харчових волокон може допомогти в профілактиці або лікуванні симптомів депресії, тривоги та стресу. Крім того, клінічні дані свідчать про те, що порушені аспекти пізнання, такі як увага, розумова гнучкість і виконавча діяльність, можуть бути відновлені харчовими волокнами. Оскільки харчові волокна відрізняються за походженням, хімічним складом і фізико-хімічними властивостями (включаючи розчинність, здатність до ферментації та в'язкість), вони можуть по-різному впливати на організм людини. Більшість досліджень на людях є асоціативними, однак харчові волокна показали певний позитивний вплив на емоційні та когнітивні показники людей. У п'яти дослідженнях, що вивчали вплив на організм людини споживання суміші клітковини, здебільшого виявили позитивні ефекти втручання, якщо суміш вживали не один раз (в одному випадку застосували β -глюкани, а в іншому – резистентний крохмаль). Сукупність цих досліджень показують позитивні результати на психологічний стан, когнітивні та емоційні процеси людини [2].

Сучасна дієтична практика свідчить про значне зниження споживання клітковини порівняно зі звичками предків. Це пов'язано з появою «західних дієт» з низьким вмістом клітковини, що притаманно індустріально розвиненим країнам, і вплинуло на збільшення поширеності кишкових захворювань, таких як запальні захворювання кишечника, ожиріння, цукровий діабет II типу та метаболічний синдром. Характерні метаболічні параметри цих осіб включають резистентність до інсуліну, високий рівень глюкози натще та після прийому їжі, а також високий рівень холестерину в плазмі крові, ліпопротеїдів низької щільності і ліпопротеїнів високої щільності. Разом із тим, харчові волокна можуть мати значний вплив на склад, різноманітність і багатство мікріоіома, забезпечуючи безліч субстратів для реакцій бродіння, що здійснюються певними видами мікробів, які володіють необхідним ферментативним механізмом для розкладання цих складних вуглеводів. Особи, які дотримуються дієти з низьким вмістом клітковини, як правило, мають знижену мікробну різноманітність [3].

Загалом, вплив на організм споживача харчових волокон відбувається через взаємодію з мікріоіомом кишечника і фізіологічними, метаболічними та імунологічними процесами людини, а отримані дані свідчать про те, що збільшення споживання харчових волокон може позитивно вплинути на здоров'я метаболізму шляхом зміни кишкової мікріоіоти. Краще розуміння такої взаємодії сприятиме створенню персональних рекомендацій щодо харчування для підтримки оптимального стану організму.

Список використаних джерел

1. Ghorbani, Z., Noormohammadi, M., Kazemi, A. et al. (2023). Higher intakes of fiber, total vegetables, and fruits may attenuate the risk of all-cause and cause-specific mortality: findings from a large prospective cohort study. *Nutrition Journal* 22, 60 <https://doi.org/10.1186/s12937-023-00883-4>
2. Mathers J. C. (2023). Dietary fibre and health: the story so far. *The Proceedings of the Nutrition Society*, 82(2), 120–129. <https://doi.org/10.1017/S0029665123002215>
3. Cronin, P., Joyce, S. A., O'Toole, P. W., & O'Connor, E. M. (2021). Dietary Fibre Modulates the Gut Microbiota. *Nutrients*, 13(5), 1655. <https://doi.org/10.3390/nu13051655>