

Ministry of Education and Science of Ukraine

National University of Food Technologies

89

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

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

April, 3-7 2023

Part 3

Kyiv, NUFT, 2023

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

89

**Міжнародна наукова
конференція молодих учених,
аспірантів і студентів**

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

3-7 квітня 2023 р.

Частина 3

Київ НУХТ 2023

89 International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievements to the 21st century nutrition problem solution", April, 3-7, 2023. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv.

The publication contains materials of 89 International scientific conference of young scientists and students "Youth scientific achievements to the 21st century Nutrition problem solution".

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

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

© NUFT, 2023

Матеріали 89 Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті", 3-7 квітня 2023 р. – К.: НУХТ, 2023 р. – Ч.3. – 517 с.

Видання містить матеріали 89 Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті".

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

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

© НУХТ, 2023

Scientific Committee

Chairman:

Sergii Tokarchuk, dr., assoc. prof.,
Ukraine

Ana Leahu, dr., prof., Romania
Anna Gryschenko, dr., assoc. prof.,
Ukraine
Anatolii Zaiinchkovskiy, dr., prof.,
Ukraine
Cristina Popovici, dr., assoc. prof.,
Moldova
Dumitru Mnerie, dr, prof., Romania
Egon Schnitzler, dr, prof., Brazil
Elza Omarova, dr., assoc. prof., Azerbaijan
Galyna Polishchuk, dr, assoc. prof.,
Ukraine
Galyna Simakhina, dr., prof., Ukraine
Georgiana Codina, dr., prof., Romania
Huub Lelieveld, Netherlands
Igor Yakymenko, dr., prof., Ukraine
Jasmina Lukinac, dr., assoc. prof., Croatia
Lada Shirinian, dr., prof., Ukraine
Larysa Arsenieva, dr., prof., Ukraine
Maciej Kluz, dr., Poland
Mircea Oroian, dr., prof., Romania
Margareta Coteata, dr., assoc. prof.,
Romania
Mykhailo Arych, dr., assoc. prof., Ukraine
Nadiia Levytska, dr., prof., Ukraine

Nusrat Kurbanov, dr., assoc. prof.,
Azerbaijan
Oleg Galenko, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleksii Gubenia, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleksandr Gavva, dr., prof., Ukraine
Oleksandr Liulka, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleksandr Seriogin, dr., prof., Ukraine
Roman Gryschenko, Ukraine
Ruslan Adil Akai Tegin, dr., Kyrgyzstan
Sergii Tokarchuk, dr., assoc. prof., Ukraine
Serhii Baliuta, dr., prof., Ukraine
Sonia Amariei, dr., prof., Romania
Stanka Damianova, dr., assoc. prof.,
Bulgaria
Stefan Junge, dr., prof., Germany
Svitlana Bondarenko, dr., prof., Ukraine
Tamar Turmanidze, dr., assoc. prof.,
Georgia
Tetiana Pyrog, dr., prof., Ukraine
Tomasz Bernat, dr., prof, Poland
Vasyl Pasichnyi, dr., prof., Ukraine
Vitalii Shutiuk, dr., prof., Ukraine
Valerii Myronchuk, dr., prof., Ukraine
Volodymyr Kovbasa, dr., prof., Ukraine
Volodymyr Zavalov, dr., prof., Ukraine
Yevgen Shtefan, dr., prof., Ukraine

Organizational committee

Sergii Tokarchuk, dr., assoc. prof., Ukraine
Natalia Akutina, Ukraine
Oleksii Gubenia, dr., assoc. prof., Ukraine
Iryna Gulevata, master student
Stanislav Usenko, master student
Mykhailo Arych, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleg Galenko, dr., assoc. prof., Ukraine
Oleh Bortnichuk, Ukraine
Roman Gryschenko, Ukraine
Oleksandr Liulka, dr., assoc. prof., Ukraine

Науковий комітет

Голова:

Олександр Шевченко, д.т.н., проф.,

Україна

Ана Леаху, д-р, проф, Румунія

Анна Грищенко, к.т.н., доц., Україна

Анатолій Заїнчковський, д.е.н., проф.,

Україна

Валерій Мирончук, д.т.н., проф.,

Україна

Василь Пасічний, д.т.н., проф., Україна

Віталій Шутюк, д.т.н., проф., Україна

Володимир Зав'ялов, д.т.н., проф.,

Україна

Володимир Ковбаса, д.т.н., проф.,

Україна

Галина Поліщук, д.т.н, доцент, Україна

Галина Сімахіна, д.т.н., проф., Україна

Георгіана Кодіна, д-р, проф, Румунія

Думітру Мнеріе, д-р, проф., Румунія

Ельза Омарова, к.т.н., доц.,

Азербайджан

Ігор Якименко, д.б.н., проф., Україна

Крістіна Попович, к.т.н., доц., Молдова

Лада Шірінян, д.е.н., проф., Україна

Лариса Арсеньева, д.т.н., проф., Україна

Маргарета Котяте, д-р, доцент, Румунія

Мачей Клуж, д-р, проф., Польща

Мірча Ороян, д-р, проф, Румунія

Михайло Арич, к.е.н., доцент, Україна

Надія Левицька, д.і.н., проф., Україна

Нусрат Курбанов, к.т.н., доц.,

Азербайджан

Олег Галенко, к.т.н, доцент

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

Олександр Люлька, к.т.н, доцент

Роман Грищенко, доцент

Руслан Аділ Акай Тегін, д-р,

Киргизстан

Світлана Бондаренко, д.хім.н., доц.,

Україна

Сергій Балюта, д.т.н., проф., Україна

Сергій Токарчук, к.т.н., доцент.,

Україна

Соня Амарей, д-р, проф, Румунія

Станка Дамянова, д-р, доц., Болгарія

Стефан Юнге, д-р, проф, Німеччина

Тамар Турмандізе, др., Грузія

Тетяна Пирог, д.б.н., проф., Україна

Хууб Лелівелд, д-р, Нідерланди

Яміна Лукінак, д-р, доц., Хорватія

Організаційний комітет

Сергій Токарчук, к.т.н., доцент

Наталія Акутіна, провідний інженер

Станіслав Усенко, магістрант

Ірина Гулевата, магістрантка

Олексій Губеня, к.т.н., доцент

Олег Бортнічук, к.т.н, доцент

Михайло Арич, к.е.н., доцент

Олег Галенко, к.т.н, доцент

Роман Грищенко, доцент

Олександр Люлька, к.т.н, доцент

Content

20. Economics and management	8
20.1. Economic theory	9
20.2. Modern methods of business management	25
20.3. The economy of enterprises of food industry	48
20.4. Human resources management in enterprise activities.....	63
20.5. Economic and legal business support.....	100
20.6. Marketing	125
20.7. International economics	178
21. Accounting and financial activity	187
21.1. Accounting, auditing and analysis in enterprises	187
21.2. Finance	200
22. Hotel and restaurant business and tourism	209
22.1. Hotel and restaurant business	210
22.2. Organization of hotel and tourist services	254
22.3. Technology of restaurant products.....	289
23. Humanities	337
23.1. History of Ukraine.....	338
23.2. History of Ukrainian Culture.....	393
23.3. Philosophy and psychology.....	429
24. Foreign languages	452
24.1. English language of professional orientation.....	453
25.2. English for Business and International.....	490

Зміст

20. Економіка та управління.....	8
20.1. Економічна теорія.....	9
20.2. Сучасні методи управління підприємством.....	25
20.3. Економіка підприємств харчової промисловості.....	48
20.4. Менеджмент персоналу в діяльності підприємств.....	63
20.5. Економіко-правове забезпечення бізнесу	100
20.6. Маркетинг.....	125
20.7. Міжнародна економіка.....	178
21. Обліково-фінансова діяльність.....	187
21.1. Облік, аудит та аналіз на підприємствах.....	187
21.2. Фінанси.....	200
22. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес.....	209
22.1. Готельно-ресторанна справа.....	210
22.2. Організація готельного та туристичного обслуговування.....	254
22.3. Технологія ресторанної продукції.....	289
23. Гуманітарні дисципліни.....	337
23.1. Історія України.....	338
23.2. Культурологія.....	393
23.3. Філософія і психологія.....	429
24. Іноземні мови.....	452
24.1. Іноземні мови професійного спрямування.....	453
24.2. Ділова англійська мова і міжнародна комунікація.....	490

Section 20

Economics and management

Секція 20

Економіка та управління

20.1.

Economic theory

Chairperson – professor Inna Sytnyk
Secretary – Tetyana Shved

20.1.

Економічна теорія

Голова – професор Інна Ситник
Секретар – Тетяна Швед

1. Макроекономічні аспекти монетарної політики в умовах повномасштабної війни в Україні

Софія Коваленко, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Повномасштабне вторгнення спричинило економічну кризу в країні. У цьому контексті важливо проводити відповідну макроекономічну політику для підтримки фінансової стабільності. Початок повномасштабної війни став серйозним викликом для країни в цілому та для всіх державних інституцій. Національний банк та монетарна система зустріли цей виклик та витримали натиск потрясінь.

Матеріали та методи. Інформаційною базою дослідження є статті, законодавча та нормативно-правова база України. Робота проводилася з використанням загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, зокрема: спостереження, системного аналізу, синтезу, теоретичного узагальнення.

Результати. На початку війни, у березні 2022 року, правління НБУ обговорило монетарну політику в даних умовах та прийняло рішення залишити облікову ставку без змін на рівні 10%. Обґрунтуванням такого рішення було те, що трансмісійний механізм облікової ставки фактично не працює під час війни, а рішення про зміну облікової ставки не матиме бажаного ефекту, а навпаки, лише погіршить ситуацію, оскільки неможливо достовірно спрогнозувати її вплив. Збереження облікової ставки на довоєнному рівні означало тимчасову відмову від головної мети монетарної політики - інфляційного таргетування. Так, 15 квітня 2022 року Рада НБУ ухвалила нові основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану, де було оголошено, що надійне функціонування банківської та фінансової системи і потреби оборони України є основними цілями монетарної політики. НБУ не обмежився одним основним інструментом монетарної політики і залишив за собою право використовувати різні інструменти залежно від поточних потреб і викликів, що стоять перед центральним банком. Національний банк підтвердив, що планує повернутися до звичайного режиму роботи, відновивши інфляційне таргетування, як тільки це дозволить безпекові та макроекономічні умови. Важливим нововведенням в основних засадах грошово-кредитної політики в умовах воєнного стану є визнання того, що НБУ може фінансувати бюджетні потреби шляхом купівлі ОВДП на первинному ринку. 25 лютого 2022 року Кабмін оголосив про початок випуску військових облігацій для фінансування державного бюджету з метою відсічі агресії з боку російської федерації. Це було своєчасне рішення, яке відповідало світовому досвіду фінансування економік за кризових умов.

Висновки. НБУ підвищив облікову ставку до 25% у червні 2022 року, тим самим прагнучи обмежити інфляційний та девальваційний тиск на гривню, головною метою якого є цінова стабільність. Оновлені прогнози свідчать, що облікова ставка залишатиметься на рівні 25% щонайменше до кінця першого кварталу 2024 року. Національний банк стверджує, що готовий до подальших кроків для створення належних умов для підвищення привабливості гривневих активів, зміцнення стабільності валютного ринку та послаблення адміністративного регулювання.

Література.

1. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>
2. Садовничий В. Нацбанк розпочав контрнаступ на монетарному фронті. Фінансовий клуб 2022. URL: <https://finclub.net/ua/analytics/natsbank-rozpochav-kontrnastup-na-monetarnomu-fronti.html>

2. Ринок праці в умовах війни в Україні: зайнятість і безробіття

Вікторія Скицько, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ринок праці є досить важливою складовою економіки, тому що праця визначає рівень життя людей та соціальну структуру суспільства. Ринок може бути досить нерівномірним і залежить від різних чинників, наприклад, рівень безробіття, зарплати, галузі економіки, а також регулювання державою. В умовах війни, спричиненою Росією, на ринках праці відбуваються дезорганізації як в Україні, так і в сусідніх державах. Масштабні втрати робочих місць, масова внутрішня та зовнішня міграція працездатного населення в період повномасштабної війни зумовили загострення ситуації на ринку праці. Умови війни також призводять до змін в розподілі робочих місць за галузями та професіями. Наприклад, збільшується потреба в сфері безпеки, але зменшується у сфері туризму та готельної справи.

Матеріали і методи. Метою дослідження є аналіз ринку праці у стані війни, його тенденції, попит та пропозиція на робочі місця, зміни у вимогах до кваліфікації працівників. При роботі з матеріалами було використано такі загальнонаукові методи як аналіз, синтез, теоретичне узагальнення.

Результати. За оцінками, з початку російської агресії в Україні було втрачено 4,8 мільйона робочих місць, йдеться в новому звіті Міжнародної організації праці (МОП). Українська економіка сильно постраждала від російської агресії. З моменту її початку, 24 лютого, понад 5,23 мільйона біженців втекли до сусідніх країн. Серед біженців переважно жінки, діти та особи старше 60 років. Із загальної кількості біженців приблизно 2,75 мільйона осіб працездатного віку. З них 43,5 відсотка, або 1,2 мільйона, раніше працювали та втратили або покинули роботу.

Згідно з прогнозами НБУ, попри відновлення економіки та збільшення попиту на робочу силу, безробіття в Україні тривалий час залишатиметься вищим від свого природного рівня через довгострокові ефекти війни. Відновлення попиту на робочу силу стримуватимуть слабкий фінансовий стан бізнесу та недостатні обсяги інвестицій в економіці в найближчій перспективі. Цього року лише 19 % підприємців планують упровадити нові інвестиційні проекти. За інформацією Work.ua у вересні ринок поступово почав переходити від роботодавців до пошукачів.

Висновки. Загалом, ситуація на ринку праці в умовах війни в Україні залишається складною та потребує додаткових заходів для підтримки зайнятості та підвищення рівня життя населення. Важливо забезпечувати розвиток галузей економіки, які можуть стимулювати зайнятість та сприяти соціальній стабільності країни. Також необхідно забезпечувати підтримку переселенців та безробітних.

Література.

1. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/news/komentarij-ekspertiv/rynok-pratsi-v-umovakh-viyny-tendentsiyi-ta-perspektyvu>
2. Офіційний сайт Міжнародної організації праці // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_844625/lang--en/index.htm

3. Економічне зростання України у повоєнний період

Олександр Розумей, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні українська економіка стикнулася з небаченим за всю свою історію викликом. Повномасштабне військове вторгнення РФ завдало потужного удару по всіх ланках економічної системи України. Знизилася виробництво основних видів продукції для внутрішнього та зовнішнього ринків. Метою дослідження є прогноз дій України для стрімкого післявоєнного розвитку економіки країни.

Матеріали і методи. У роботі використано загальнонаукові методи аналізу і синтезу, а також метод узагальнення.

Результати. Сьогодні вітчизняна економіка стає одним з пріоритетних фронтів. Вона визначатиме й подальший перебіг військових дій, й спроможність нашої держави успішно відбудуватись після їх закінчення [1]. Війна привела до значних соціальних проблем, зокрема збільшення безробіття та зменшення рівня життя. Згідно з даними МВФ, під час війни в Україні зменшилися інвестиції, промислове виробництво і сільське господарство, зросла інфляція та бюджетний дефіцит.

Наслідки вторгнення відчуватимуться упродовж кількох поколінь, адже сім'ї було розділено й переміщено, порушено розвиток людського потенціалу, знищено культурну спадщину, а позитивна траєкторія розвитку економіки й рівня бідності змінилася на негативну [2].

Але війна все ж таки закінчиться і вже після Україна стикнеться зі значними викликами та завданнями відносно відновлення своєї економіки та суспільства. До таких завдань можна віднести:

- Розвиток малого та середнього бізнесу: може стати одним з ключових факторів відновлення економіки після війни. Мета: створювати сприятливі умови для розвитку підприємництва, зменшувати бюрократію та спрощувати законодавство.
- Відновлення виробництва: війна спричинила зниження виробництва в багатьох сферах, а також зменшила обсяг зовнішньої торгівлі. Мета: відновлення виробництва та залучення інвестицій для стимулювання економіки.
- Стабілізація валютного курсу: війна значно вплинула на валютний курс та інфляцію. Мета: забезпечення стабільності валютного курсу та зменшення інфляції.
- Залучення інвестицій: Україна може залучати інвестиції від іноземних компаній та інвесторів для відновлення економіки та стимулювання розвитку. Мета: створення сприятливих умов для інвестування, наприклад, захист прав інвесторів, зниження податків та випуск інвестиційних бондів.

Отже, повоєнне економічне зростання України можливе за умови, якщо заходи економічної політики держави реалізовуватимуться в напрямку чіткої та послідовної стратегії, що буде спрямована на дерегуляцію економіки та створення сприятливого інвестиційного клімату [1].

Висновки. Відновлення економіки після війни є складним і тривалим процесом, який вимагає спільних зусиль держави, бізнесу та населення. Однак, при належному управлінні і здійсненні ефективних заходів Україна має потенціал для досягнення стійкого розвитку.

Література

1. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання. URL: <https://cutt.ly/y4hUhZF>
2. Як війна вплинула на економіку України. URL: <https://cutt.ly/64hUeMJ>

4. Трансформаційні зміни переробної промисловості України.

Лана Касамара, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Перехід від сировинної імпортозалежної до високотехнологічної ресурсозаощадливої моделі національної економіки потребує активізації процесів структурної перебудови та поглиблення диверсифікації переробної промисловості. Однак такий перехід ускладнюється високою матеріало- та енергомісткістю продукції, технологічною відсталістю, низькою інноваційною активністю підприємств.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез). Інформаційною базою є підручники, посібники та наукові статті.

Результати. Вирішення зазначених питань лежить у площині розвитку експортоорієнтованих переробних виробництв. Значний потенціал для розвитку таких виробництв є, зокрема, у Західному регіоні, області якого володіють значними виробничими потужностями, а також людськими і сировинними ресурсами. Прикордонне розташування регіону відкриває додаткові можливості для обміну інформацією, технологіями, капіталом, передусім із державами-членами ЄС [1].

Водночас для забезпечення «технологічного прориву» в Україні необхідне налагодження переробки власної сировинної бази, а не лише давальницької, частка якої в товарному імпорті певних регіонів становить майже 30%. Це дозволить якісно змінити структуру вітчизняного експорту із сировинного – на товари з високою часткою доданої вартості. Таким чином, імпортуючи не сировину, а інноваційні продукти у вигляді виробничих і управлінських технологій, у перспективі ми зможемо нарощувати обсяги експорту доданої вартості, паралельно заповнюючи якісною продукцією внутрішній ринок.

Практична реалізація потенціалу розвитку вітчизняних переробних виробництв прискорить інтеграцію промислового сектора національної економіки у глобальні ланцюги формування доданої вартості, а це, своєю чергою, сприятиме дифузії трансферу технологій, поширенню бізнес-культури, зростанню зайнятості, підвищенню професійно-освітньої кваліфікації виробничого та управлінського персоналу, а відтак збільшенню рівня оплати праці і соціальних стандартів життя населення України.

Висновки. Економічний потенціал промисловості як системи повинен включати комплекс уже сформованих зв'язків і відносин, що відображають минуле та сьогодення процесу функціонування і розвитку окремих підприємств – реальний рівень ресурсного потенціалу, а також глибокий диференційований аналіз стратегічних зв'язків і відносин із довгостроковим прогнозом можливостей та ресурсів з урахуванням їх оптимального використання – перспективний рівень потенціалу.

Література.

1. Переробна промисловість регіонів України: проблеми та перспективи розвитку : монографія; ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України"; наук. редактор д.е.н., проф. С. О. Іщук. - Львів, 2020. - 341 с.

5. Особливості розвитку малого підприємництва в Швейцарії

Юлія Яровенко, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Роль малих підприємств особливо збільшилась в умовах постіндустріального суспільства, що значно вплинуло на соціально-економічні функції цієї форми бізнесу. Світовий досвід свідчить, що для розвитку та функціонуванню підприємств, необхідне державне регулювання їх діяльності.

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

Результати. У Швейцарії малі підприємства історично посідають важливе місце в економіці країни, тому в ході розвитку національної економіки формувалася інститут державної підтримки.

Швейцарія являється світовим лідером з експорту годинників в вартісному вираженні. Хоча на цю галузь в Швейцарії приходить всього 1,5% ВВП, на світовому ринку годинникова промисловість займає 2,5% від всього об'єму виробництва, що в вартісному вираженні становить більше 50% глобального ринку.

На той час активно практикувався шаблонаж годинникової індустрії, тобто відбувався експорт окремих частин годинника на зовнішні ринки. Кантональний парламент Швейцарії підтримував ідею відходу від шаблону, на користь збереження робочих місць, яка на їх думку створювала велику загрозу майбутньому їх галузі, зміцнюючи годинникову промисловість інших країн. Політика держави була направлена не тільки на збереження робочих місць, а й на збереження спокою жителів, тому перенос підприємств в промислові центри зародив би в країні паніку.

Держава підтримувала децентралізований розвиток промисловості для того, щоб робітники залишались в своїх спільнотах. Ще в 1950-х роках, Швейцарія заявила: «годинна промисловість складається з великої кількості невеликих ремісничих підприємств, власниками яких є представники середнього класу, що забезпечують політичну і соціальну стабільність країни. Ці маленькі компанії в містах та селах дозволяють багатьом людям заробляти на життя, не переїжджаючи куди-небудь.

На сьогоднішній день підтримку малого бізнесу в Швейцарії здійснює Дирекція по територіальному розвитку, що входить до складу Державного секретаріату економіки Швейцарії. Фінансову підтримку малого бізнесу годинникової промисловості, в основному, здійснюють банки, а оподаткування відбувається на кантональному (регіональному) рівні, що надає часовій промисловості податкові пільги. Всього в країні налічується понад 700 годинникових підприємств, з яких більш ніж половина – малий бізнес, де зайнято 2/3 населення, що працює в сфері годинникового виробництва [1]. Більшість зайнятих в годинниковій індустрії являються приїжджці з сусідніх країн.

Висновки. З вищевикладеного можна зробити висновок, що в ході розвитку економіки Швейцарія набула необхідних методів результативної державної підтримки малого бізнесу в умовах сучасного конкурентного глобалізованого середовища, таких як: правових, організаційних, економічних та фінансових.

Література

1. Бізнес в Швейцарії: переваги, податки, процедура, види компаній
<https://safir.ua/eng/b%D1%96znes-v-shvejczar%D1%96%D1%97-perevagi-podatki>

6. Питання сфери гостинності

Володимир Ліснюк, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах сьогодення для багатьох розвинених країн індустрія гостинності стає рушійною силою розвитку економіки. На індустрію гостинності припадає 10 % світового ВВП і кількість зайнятих перевищує 310 мільйонів. Проте сфера гостинності є відносно новим об'єктом наукових досліджень, теоретико-методологічні основи дослідження якої були сформовані у 90-х роках минулого століття.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані загальнонаукові та спеціальні методи. Зокрема, метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Інформаційною базою дослідження виступають роботи зарубіжних та вітчизняних вчених, статистичні матеріали.

Результати. Само поняття гостинності досліджується з різних наукових позицій - соціальної, етичної, культурної. Цікавим є дослідження з виробничо-економічної позиції. Вчені по-різному трактують поняття «індустрія гостинності» що й обумовило два підходи до виокремлення індустрії гостинності «американський» та «європейський». У такому розумінні індустрія гостинності є еквівалентом сфери HoReCa та складається з підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Сучасна індустрія гостинності функціонує на засадах поєднання чотирьох основних концепцій – гуманітарної, технологічної, функціональної та комерційної.

Центральне місце в систем гостинності традиційно продовжують зберігати за собою готелі та ресторани. Досвід світових економік свідчить, що сфера готельно-ресторанного господарства розвивається достатньо швидкими темпами: у середньому за рік світовий готельний фонд збільшується на 3–5%, а товарообіг закладів ресторанного господарства – на 8%. Динаміка розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання інша: протягом 2010-2019 років кількість готелів та подібних закладів розміщення в Україні зросла з 4209 одиниць до 5451, ресторанів та підприємств з надання послуг мобільного харчування. збільшилась з 29950 до 48398 підприємств відповідно [1], але с 2020 року спостерігається різкий спад.

Більш високі темпи розвитку ресторанної сфери можна пояснити збільшенням обсягу капітальних інвестицій в галузь починаючи з 2018 року. Саме у цьому році відбулося значне зростання майже на 60%. Розподіл капіталовкладень у розвиток ресторанної сфери до загального обсягу інвестицій становив 0,3% у 2019 році і це максимальне значення. Що стосується сфери тимчасового розміщування, то відсоток капіталовкладень був на рівні майже 0,6% у 2012 році.

Поряд з оцінкою активності існуючих підприємств готельно-ресторанного бізнесу доцільно звернути увагу на її внесок у розвиток економіки держави у цілому. Частка економічної діяльності тимчасового розміщення у номінальному ВВП протягом аналізованого періоду не перевищувала 0,35%, закладів харчування – 0,6%. Загалом рівень участі підприємств сервісної індустрії у формуванні ВВП держави становить близько 1% [1].

Висновки. Підсумком нашого аналізу стає твердження, що в індустрії гостинності більший внесок у ВВП країни робить сфера харчування.

Література.

1. Державна служба статистики України Офіційний сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Соціальний аспект гостинності.

Вячеслав Топчій, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Поняття індустрія гостинності включає багатогранні процеси виробництва та надання послуг по відношенню до клієнтів (відвідувачів, туристів). Надання повноцінного та якісного харчування є частиною цих послуг. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову мотивації до подорожі.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані загальнонаукові та спеціальні методи. Зокрема, метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Інформаційною базою дослідження виступають роботи зарубіжних та вітчизняних вчених, статистичні матеріали.

Результати. Роль кухні дуже важлива, оскільки кожна людина потребує їжі й на харчування припадає близько 30% загальних витрат у поїздці. Більшість послуг, пов'язаних з їжею та напоями дають людям можливість спілкування, проведення дозвілля. Сектор харчування обслуговує широке коло людей, це не лише туристи, а й місцеві жителі, яким дають можливість витратити вільні кошти.

В даний час, враховуючи ситуацію з обмеженнями у зв'язку з пандемією та СВО основними клієнтами стає місцеве населення. Аналіз сукупних та питомої ваги споживчих витрат у середньому за місяць у розрахунку на одне вітчизняне домогосподарство за період 2010-2020 рр. свідчить про те, що ці витрати зросли в 3 рази: від 3 тис. грн. до 9,5 тис. грн. Водночас у їхній структурі суттєвих змін не відбулося: близько 90 % усіх витрат вітчизняних домогосподарств спрямовується на споживання товарів і послуг [1]. В економічній теорії індекс Енгеля є одним із показників, що, характеризує фінансове забезпечення витрат домогосподарства через призму оцінки його фінансового стану: чим менша частина доходу домогосподарства використовується на витрати на харчування, тим фінансово стійкішим є це домогосподарство. С цим показником корелює частка харчування поза домом у загальній структурі витрат домогосподарств, для пересічного громадянина вона мала – не більше 1,5% [1].

В даний час, коли для України зростання доходів населення неможливе як під впливом внутрішніх, так і зовнішніх факторів, першочерговим завданням соціальної відповідальності держави є зниження рівня диференціації доходів населення, що позначиться на зростанні попиту на послуги гостинності. Для вирішення цього завдання насамперед необхідно: реформування системи оподаткування населення, а саме необхідне скасування єдиної ставки прибуткового податку, яка зрівняла у податковому навантаженні і багатого і бідного, і перехід, на прогресивне оподаткування; здійснення «інвентаризації» існуючих одержувачів соціальних пільг, система соціальної допомоги має бути більш адресною та обов'язково пов'язаною з перевіркою ступеня потреби; запровадження податку на розкіш, багатство, нерухомість, землю тощо; нівелювання суттєвих макроекономічних, міжгалузевих та міжпрофесійних диспропорцій в оплаті праці працівників.

Висновки. Зростання інтересу до наукових досліджень різних аспектів гостинності зумовлюється зміною життєвої філософії людини, насамперед культури харчування, що значно прискорило зміну ринку харчових продуктів.

Література.

1. Державна служба статистики України Офіційний сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. Перспективи гастрономічного туризму.

Павло Ящинський, Галина Кундєєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Гастрономічний туризм є молодим напрямком індустрії гостинності, проте національна кухня та місцеві продукти існували завжди. Фестивалі місцевої кухні додатково залучає потік туристів та позитивно впливає на розвиток насамперед внутрішнього туризму та підвищення туристичного інтересу та розвитку експортного потенціалу.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані загальнонаукові та спеціальні методи. Зокрема, метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Інформаційною базою дослідження виступають роботи зарубіжних та вітчизняних вчених, статистичні матеріали.

Результати. Зростання населення старших вікових груп, що відзначається в усьому світі, викликає підвищену увагу до проблем осіб цієї категорії. За даними ООН, нині в економічно розвинених країнах світу частка людей віком понад 60 років становить приблизно 22–24% від загальної чисельності населення і продовжує зростати. За оцінками ООН, до 2025 року кожен шостий житель планети буде старше 50 років, а до 2055 - старше 65 років. Одним із напрямів підтримки активного та здорового способу життя осіб третього віку є туризм [1]. Глобальні демографічні тенденції сприяють до того, що останніми роками у різних країнах відзначається істотне збільшення частки осіб старшого віку та людей похилого віку, які здійснюють туристичні поїздки. Велику роль у збільшенні туристських потоків осіб третього віку грає те, що у багатьох країнах ці поїздки відбуваються переважно з допомогою фондів соціальної підтримки, оскільки законодавство розвинених країн містить спеціальні програми, що стосуються туристської складової. У багатьох країнах світу в даний час реалізуються спеціальні програми, спрямовані на розширення можливостей старшого покоління до туристичних поїздок: держави надають їм певні знижки, організуються пільгові поїздки тощо. Так, Федеральне міністерство Німеччини у справах сім'ї, літніх громадян, жінок та молоді реалізує спеціальний проєкт «Туризм для тих, кому за 50» у рамках стратегії «Старість як економічний фактор», спрямованої на підвищення якості життя людей похилого віку.

Представники бізнесу, які працюють у сфері послуг туризму та гостинності на зарубіжних ринках, також встигли оцінити переваги роботи з цільовою аудиторією. Насамперед особи третього віку, як правило, не мають тимчасових та сезонних обмежень для здійснення поїздки. Старше покоління, вийшовши на пенсію, може витратити на подорожі значно більше часу, ніж молоді туристи. Це дозволяє туроператорам підтримувати попит та організовувати поїздки протягом усього року, що значно знижує їх збитки у «мертвий» сезон [2].

Висновки. У зв'язку з тим, що туризм для людей третього віку має особливу соціальну значимість, держава має активніше брати участь у вирішенні цього завдання, об'єднуючи зусилля органів місцевого самоврядування, туристично-спортивних громадських об'єднань. Це дозволить задовольнити попит різних категорій туристів і забезпечити всесезонне функціонування туристських об'єктів.

Література.

1 Boudiny K. "Active Ageing": From Empty Rhetoric to Effective Policy Tool // Ageing and Society. 2013. Vol. 33. No 6. P. 1077–1098;

2. Budget Travel for Seniors. URL:
http://simplyseniors.com/travel_and_lifestyle/trip_pl

9. Ефективне регулювання банківського та небанківського секторів економіки для забезпечення макроекономічної стабільності під час війни

Наталія Васильчук, Інна Ситник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Війна є надзвичайно складною економічною ситуацією, що суттєво порушує макроекономічну та фінансову стабільність країни. За таких умов фінансовий сектор є особливо вразливим, оскільки банки можуть стикатися з великими збитками через несплату кредитів та порушення договорів кредитування зі сторони клієнтів, що постраждали від війни. Це може призвести до зниження довіри до банківської системи, збільшення ризиків та недостатньої ліквідності, що загрожує макроекономічній та фінансовій стабільності.

Матеріали і методи. Мета даного дослідження полягає в аналізі та пошуку ефективних методів регулювання фінансового сектору та забезпечення макроекономічної стабільності під час війни. У роботі використано загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез, логічний, статистичний).

Результати. З початком війни всі суб'єкти української економіки зіштовхнулися з непередбачуваними викликами, спричиненими повномасштабним вторгненням російських військ до України. Більшість українських банків були вимушені припинити роботу відділень на тих територіях, де велися активні бойові дії, значна частка цих територій досі під окупацією. Однак, вже одразу після звільнення українських територій банки почали відкривати відділення, забезпечуючи доступ до фінансових послуг усім мешканцям України [1].

Окремої підтримки під час дії воєнного стану потребують учасники ринку, позиції яких сьогодні надто нестабільні. Насамперед йдеться про кредитні спілки. Війна суттєво поглибила проблему неплатежів за отриманими кредитами. Так, лише за перші три місяці війни рівень NPL зріс вдвічі, а окремі спілки мають 85-90% простроченого кредитного портфеля. За таких обставин цілком ймовірно є криза неплатоспроможності, а значна частина вкладників кредитних спілок може втратити свої заощадження. Водночас можливості щодо підтримання ліквідності й капіталізації кредитних спілок дуже обмежені на відміну від інших фінансових установ. Щоб не допустити патової ситуації на ринку, потрібно дати його учасникам час на те, щоб оговтатися й навчитися працювати в нових умовах [3].

Висновки. Ефективне регулювання банківського і небанківського секторів економіки є необхідним для того, щоб забезпечити стійкість фінансових інституцій та захист вкладників. Регулювання повинне включати надійні механізми перевірки фінансової стійкості банків, вимоги до рівня капіталу та резервів, а також механізми контролю за діяльністю банків. У цілому, ефективне регулювання банківського та небанківського секторів під час війни є критично важливим для безпеки та макроекономічної стабільності економіки країни.

Література.

1. Юридична газета online // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/ponad-piv-roku-vi-yni-stan-ta-perspektivi-bankivskogo-sektoru-.html>
2. Ощадбанк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/news/comu-ukrainski-banki-stabilni-navit-pid-cas-vijni-2>
3. Interfax-Україна інформаційне агентство // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/blog/845127.html>

10. Вплив повномасштабної військової агресії на ринок праці в Україні
Тетяна Моторна, Інна Ситник
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ринок праці стає найважливішою ланкою національної і світової ринкової цивілізації, де формуються трудові ресурси, що здійснюють повсякденну еволюцію суспільства. Представлений людським фактором ринок праці здатний не тільки діяти в межах завдань, а й самостійно створювати умови для їх вирішення.

Матеріали і методи. Метою дослідження є вплив повномасштабної війни, яку розпочала росія, на рівень зайнятості і безробіття українського населення. У представлений роботі використано загальнонаукові і спеціальні методи, такі як метод узагальнення та наукової абстракції, аналізу та синтезу.

Результати та обговорення. Повномасштабна військова агресія росії проти України, яка триває вже понад рік, окрім смертей та людських страждань, завдала величезного удару по економіці та залишила мільйони людей без роботи. За оцінками Національного банку України рівень безробіття сягнув 35%. Масштабні втрати робочих місць, масова внутрішня та зовнішня міграція працездатного населення в період повномасштабної війни зумовили загострення ситуації на ринку праці. За інформацією Державного центру зайнятості на початок жовтня 2022 року чисельність офіційно зареєстрованих безробітних сягнула 260 тис. осіб. За результатами досліджень групи «Рейтинг», серед тих, хто мав роботу до війни, працюють у звичайному режимі лише 36%, віддалено або частково – 19%, знайшли нову роботу – 6% , втратили роботу й нині не працюють – 37%. Зростання безробіття відбувалось через глибокий спад економічної активності та поповнення лав безробітних мігрантами з прифронтових територій. Внутрішні мігранти створюють додатковий тиск на ринок праці, адже у східних регіонах структура зайнятості була суттєво зміщеною в бік промисловості порівняно із західними та центральними областями. Це посилює вже наявні структурно-кваліфікаційні диспропорції між попитом та пропозицією робочої сили, навіть з урахуванням впливу релокації підприємств.

У 2023 році бізнес очікує відновлення економіки, проте більшість підприємств не планують наймати додаткових працівників, а значний рівень безробіття не стимулює підвищувати зарплати. Значними викликами під час відбудови України будуть перекваліфікація працівників та інтеграція до ринку праці ветеранів, внутрішньо переміщених осіб та біженців, які повертатимуться.

Висновки. Дослідження показало, що від початку війни частина українських компаній припинила чи скоротила комерційну діяльність, відбувалась внутрішня міграція українців та релокація підприємств. Люди, стискаючись з проблемами працевлаштування, готові змінювати професію та знижувати свої зарплатні побажання.

Література.

1. Поняття ринку праці, потреба та механізми його регулювання. *Географія, географія України, країни світу*. URL: <http://www.geograf.com.ua/geoinfocentre/20-human-geography-ukraine-world/281-ref19951108> (дата звернення: 18.03.2023).
2. Війна змінює ринок праці: як державі разом з українцями побороти безробіття. *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/viyna-zminyuje-rinok-praci-yak-derzhavi-razom-z-ukrajincyami-poboroti-bezrobittya-novini-ukrajina-11946903.html>
3. Кисляк Р. Як змінився ринок праці України з початку війни. *novyny.live*. URL: <https://economics.novyny.live/shcho-vidbuvaetsia-na-rinku-pratsi-ukrayini-z-pochatku-viini-78006.html> (дата звернення: 19.03.2023).

11. Відновлення економіки під час війни

Іванна Татарин, Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. 24 лютого 2022 життя кожного українця кардинально змінилось. Люди й близько не могли припустити, що у 21 столітті таке ще можливо, коли здається, світ сповнений цивілізації та людяності. Також нікому не секрет, що під час війни найбільше страждає економіка країни. Більшість коштів іде на армію та навіть страшно уявити скільки потрібно ресурсів на інші потреби.

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

Результати та обговорення. Україна була одна з найбільших експортерів зерна, соняшникової олії та чорних металів, що давало отримувати прибуток та підтримувати зв'язок з іншими державами світу. Та через війну постачання товарів впало більш як утричі. Також така ситуація спостерігалася під час першої світової війни через негативний підрив економіки закривали підприємства, обсяг виробництва скорочувався на 30-75%. В 2022 була інформація, що може початися голод через недостатню кількість пшениці. Потім почалися атаки на критичну інфраструктуру всієї країни, що спричинило відключення світла та газу. Ми знаємо, що Україна також вела експорт електроенергії в деякі країни ЄС, а це давало змогу отримувати дохід. Також через війну скоротилися виплати зарплати працівникам, зросла інфляція країни, що негативно впливає на розвиток економіки.

Отже, є певні методи її підтримки. Всім відомий «план Маршалла» після закінчення другої світової війни. Тоді на той час також страждала економіка країн, які були учасниками цих страшних подій. У 1947 році Джордж К. Маршалл запропонував відновлення Європи. План передбачав надання США кредитів на відбудову та експорт товарів, сировини та продовольства. Так протягом з 1948 до 1952 років понад 12 мільярдів доларів надійшли до 16 країн Європи. Фінансова допомога не лише сприяла диву в економіці, але й створення нових ринків збуту для США [1]. Таку модель відновлення економіки запропонували і для України запропонували так званий «план Маршалла», що передбачало надання в 2023 році 1,5 мільярдів євро кожного місяця. А це велика сума за рік – 18 мільярдів євро. Ці кошти дадуть змогу відбудувати критичну інфраструктуру країни. Кредити допоможуть також взяти під контроль інфляцію. До війни валовий внутрішній продукт мав приріст, хоч і незначний, щороку та ріст припинила війна. Отож є надія, що завдяки плану Маршалла вдасться підняти рівень ВВП, відновити повні виплати зарплати, понизити ціни на продукти харчування та на ліки також зменшення курсу валюти. Також не потрібно забувати за донати українців, які кожного дня вкладають грошові внески для своєї країни. Відповідно це також суттєво допомагає Україні.

Висновок. Отже, під час дослідження було розглянуто способи відновлення економіки, накопичення казни країни. Також завдяки експорту різного виду товарів до країн ЄС Україна може підтримувати зв'язок з іншими державами та отримувати значні прибутки. План Маршалла допоможе відновити критичну інфраструктуру та накопичити кошти, а також створити нові ринки збуту.

Література.

1. "План Маршалла для України" і не тільки. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/1/685066/>

12. Наслідки тіньової економіки в Україні: втрати доходів держави та суспільства

Данііл Козуб, Тетяна Швед

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Тіньова економіка є однією з найбільш складних і серйозних проблем сучасної України. Це поняття охоплює нелегальну економічну діяльність, яка не зареєстрована в офіційних документах та не підлягає оподаткуванню. Наслідки тіньової економіки для України є досить серйозними і відчутними для всього суспільства.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані метод історичного аналізу (для визначення сутності тіньової економіки); метод економіко-статистичного аналізу (для виділення тенденцій тіньової економіки в Україні); методи аналізу і синтезу (для визначення наслідків тінізації економіки).

Результати та обговорення. Однією з головних проблем тіньової економіки є втрата доходів держави та суспільства. За попередніми розрахунками Мінекономіки рівень тіньової економіки у 2021 році становив 32% від обсягу офіційного ВВП, що на 2 в.п. більше за показник 2020 року [1]. Тенденція до зростання рівня тіньової економіки у 2021 році сформувалась на тлі певної адаптації суб'єктів економічної діяльності й населення до ковідних умов діяльності в умовах появи нових загроз зростанню у зв'язку із суттєвим подорожчанням сировинних товарів і, відповідно, зростанням виробничих витрат.

Нелегальні підприємства та підприємці не сплачують податки, що призводить до зменшення доходів бюджету держави. Це може призвести до зменшення фінансування соціальних програм, інфраструктури, охорони здоров'я та освіти. Крім того, тіньова економіка впливає на конкурентоспроможність легальних підприємств, які дотримуються всіх правил та сплачують необхідні податки. Тіньові підприємства не мають витрат на сплату податків та інших обов'язкових платежів, тому вони можуть знижувати ціну своїх товарів та послуг. Це створює нерівні умови для конкуренції, що може призвести до банкрутства легальних підприємств та втрати робочих місць.

Також, тіньова економіка може мати негативний вплив на безпеку та здоров'я людей. Нелегальні підприємства не підлягають контролю державних органів та не дотримуються стандартів якості, що може призвести до виробництва небезпечних товарів та послуг. Відсутність оподаткування та контролю з боку держави не тільки порушує принципи справедливості, а й підриває довіру до державних інституцій та системи правосуддя. Тому, для боротьби з тіньовою економікою необхідно приймати комплексні заходи, зокрема зміцнення правової бази, забезпечення контролю та перевірок, запровадження механізмів стимулювання дотримання законів та оподаткування. Необхідна також підвищена свідомість суспільства та розвиток ефективних механізмів виявлення та відстеження тіньової економіки. Тільки взаємодія всіх зацікавлених сторін та комплексні заходи можуть допомогти подолати цю проблему та забезпечити стійкий розвиток економіки та суспільства в цілому.

Висновки. Отже, тіньова економіка є серйозною проблемою для України і має значний вплив на доходи держави та суспільства. Її наслідки відчутні у багатьох сферах життя, таких як економіка, соціальна сфера, безпека, здоров'я.

Література.

1. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у 2021 році. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/=fc48bdd5-178c-47af-b64c-c7ee533cb4b0&title>

13. Money Market, Banks, and Monetary-Credit Policy of the State in Times of War Kateryna Solovian, Inna Sytnyk *National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine*

Introduction. Currently, we are witnessing adaptation to new realities dictated by the state of war in all spheres of our lives, where the money market and banking system are no exception. The National Bank of Ukraine is the main body of state regulation of macroeconomic processes that coordinates the activities of the banking system as a whole. **Materials and Methods.** The aim of the study is to analyze the activity of the NBU and the general changes in Ukraine's monetary and credit policy under the conditions of a state of war. The study utilized general scientific methods of theoretical and empirical knowledge such as analysis, synthesis, logical, and statistical methods.

Results and Discussion. The main function of the National Bank is to create monetary and credit mechanisms that can ensure the stability of the national currency (hryvnia) for price stability, inflation reduction, and solvency, which creates conditions for economic growth in the country. The full-scale invasion of the Russian Federation into our country led to the development of new instruments and measures to support the financial system of Ukraine. One of the first actions of the National Bank was to fix the exchange rate. At the initiative of the National Bank, changes were made to the legislation of Ukraine, which provided for a reduction in regulatory standards, such as capital adequacy and liquidity. At the very beginning of the war, the National Bank implemented a series of measures to simplify the activities of banks in the conditions of martial law, in order to reduce the negative impact on their financial condition and ability to lend.

The accounting rate has been increased by 2.5 times to 25% per annum. Such measures were necessary to preserve the value of hryvnia income and savings of citizens, as well as to reduce the burden on the currency market. The most pressing issue remains the replenishment of the state budget, as the war is a very expensive affair. The NBU has initiated the opening of an account to support the army. Funds for military needs come from both ordinary citizens and businesses in Ukraine, as well as from international partners.

For successful resolution of economic problems in such a complex time and prevention of their recurrence in the future, it is necessary to analyze the actions of other countries that have already been in a similar situation in the past. As international experience of countries recovering from post-war crisis has shown, the main factors for overcoming a macroeconomic crisis include: sound development of external and internal policies; external assistance from partner countries; strengthening price stability and increasing labor productivity; renewal and expansion of production and trade; and combating corruption.

Conclusions. The war is ongoing and raising funds for the defense of the state is currently a top priority. However, it is important to remember that the struggle is also being fought on the economic front, as financial stability remains a crucial factor for the proper functioning of the state. In such a difficult time, caused by the full-scale invasion of Russian Federation troops into the territory of Ukraine, the central bank has a very important role to play in maintaining the stability of the currency and the effectiveness of the payment settlement mechanism, which is a factor in minimizing the negative consequences for the country's economy.

References.

1. Official website of the National Bank of Ukraine // [Electronic resource]. - Access mode: <https://bank.gov.ua/ua/about>
2. Official website of the Independent Association of Banks of Ukraine // [Electronic resource]. - Access mode: <https://nabu.ua/ua/banki-uchasnik-nabu.html>

14. The State's Monetary Policy during War

Kateryna Davydenko, Inna Sytnyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The banking system serves as a generator of money circulation in the economy, a reliable source of borrowing and investment. Despite the massive invasion of the aggressor, the banking system of Ukraine did not stop working for a single day and continues to operate fully.

Materials and methods. The purpose of the study is to analyze the state of the money market, the peculiarities of the functioning of the banking system of Ukraine in wartime, and the peculiarities of the monetary policy of the state during wartime. The study used general scientific methods of theoretical and empirical knowledge (analysis, synthesis, logical, statistical).

Results and discussion. The banking system is a key link in the national economy, which regulates the flow of money throughout the country. The prospects of the country's economic development as a whole, especially in conditions of uncertainty during wartime and in the post-war period, depend decisively on the efficiency of its functioning, financial stability, and ability to withstand crises.

From the first day of the full-scale invasion of the Russian Federation, the National Bank of Ukraine directed its efforts to overcome panic moods among the population, maintain trust in the banking system, and stability in the financial sphere. The regulator's main decisions at this time were aimed at ensuring uninterrupted operation of the banking system, restraining devaluation of the national currency, and capital outflow abroad. The National Bank made efforts to directly combat hostile influence in the financial sphere, and for defense needs, facilitated charitable contributions for the Armed Forces and humanitarian needs of Ukraine.

Despite the introduction of martial law, the banking system is operational and transactions using cards are being processed, payment terminals are functioning. Additionally, as before, it is possible to top up a mobile account electronically, pay for utilities, and make non-cash transfers.

Since the start of Russia's full-scale attack, the economy and financial system have transitioned from market principles to manual management to respond to unprecedented challenges. This approach has been successful, allowing panic to be contained and the financial-economic system to be stabilized.

Conclusions. Therefore, the banking system is one of the most important components of the economy of Ukraine, especially during periods of war and post-war reconstruction. That is why supporting and promoting the development of the banking system is a priority for the National Bank of Ukraine and the government. In order to increase the potential of the banking system, an effective mechanism has been developed to ensure the efficient formation of payment instruments, provision of loans, identification of additional sources of funds, and a necessary comprehensive approach to solving existing problems.

References.

1. Official website of the National Bank of Ukraine // [Electronic resource]. - Access mode: <https://bank.gov.ua/ua/about>
2. Official website of the State Statistics Service of Ukraine // [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

15. Inflation: causes and consequences

Tamara Batalova , Kseniia Vzhytynska

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Inflationary processes in Ukraine during the studied period occurred for various reasons, both external and internal. In particular, these are the budget deficit, the growth of public debt, excessive emission of money, monopolization of production, imbalance of investments, aggravation of the socio-political situation in the country, etc.

Materials and methods. The method of scientific abstraction and generalization was used to study the essence and causes of inflation; to determine the features and consequences of inflation - a systemic and structural approach.

The results. Inflation is a decrease in the cost of holding money. With inflation, there is a general increase in the cost of works and services. In other words, for the same amount of money, after some time, you can buy less goods or services. During this time, the purchasing power of the population decreases, and money is said to depreciate.

Due to the complexity and multifacetedness of inflationary processes, researchers from different economic schools fail to reach a common point of view on the causes of inflation. Economists have long been trying to find out the causes of inflation in order to offer effective methods of combating it and its negative socio-economic consequences. From the point of view of monetarists, the most important and practically the only cause of the inflationary process is the faster growth of the national money supply compared to the growth of the product. The increase in money supply is determined exclusively by the monetary policy of the state. Under severe monetary regulation, the main tasks will be price stabilization and market balance. When high employment and economic growth are ensured, the supply of money and its mass in circulation will inevitably begin to grow, leading to an increase in demand and prices on commodity markets, and therefore inflation [1].

Scholar Milton Friedman believed that the causes of inflation are closely related to the growth of the money supply, this leads to an increase in demand and prices, and the rise in prices inevitably leads to inflation.

According to the concept of J. Keynes, inflation is a chain of circumstances, a process where there is excess demand (inflationary gap), when aggregate expenditures exceed the amount of national product. The scientist and his followers believe that an increase in demand from the state and entrepreneurs leads to an increase in production and employment. At the same time, the increase in population demand leads to inflation, since this demand is not productive. In view of this, it is recommended to stimulate private and public investments, but to limit the wages of employees. J. M. Keynes recommended not to reduce the nominal, or "money" wages, which are "inflexible" due to the desperate resistance of the workers, but to conduct a "flexible inflationary monetary policy", which will eventually lead to a decrease in real wages [2].

Conclusions. The problem of inflation is quite debatable and representatives of different economic schools interpret the causes of inflation in different ways, but they agree that inflation is a process of devaluation of money.

References.

1. E. Savluk , A.M. Moroz, etc.; Money and credit: a textbook / In general . ed. E. Savluka . - K.: KNEU, 2001. - 602p.
2. Aleksandrova M.M., Maslova S.O. Money . Finances . Credit .: Educational - methodical guide . - K.: TsUL, 2002.

20.2.

Modern methods of business management

Chairperson – Svitlana Stakhurska
Secretary – Olena Kutas

20.2.

Сучасні методи управління підприємством

Голова – Світлана Стахурська
Секретар – Олена Кутас

1. Особливості каналів розподілу КК «РОШЕН»

Ясмін Ахмад

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні перед кожним товаровиробником стоїть задача організації змагань за кожного наявного або потенційного споживача.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є методична література, інтернет-ресурси, статистичні дані та аналітичні матеріали досліджуваного підприємства. Використано методи узагальнення, системного підходу, аналізу та синтезу.

Результати. На сучасній стадії розвитку вітчизняної економіки найбільш складним завданням є формування раціональної та ефективної розподільчої системи відповідно до вимог жорсткого конкурентного середовища, а також мінливих запитів споживачів задля забезпечення доступності продукції та регулярності процесу поставок. Для вирішення наявної проблеми варто враховувати досвід провідних господарюючих суб'єктів у напрямку перетворення каналів розподілу.

Кондитерська корпорація «РОШЕН» – один з найбільших світових виробників кондитерських виробів. У рейтингу Global Top-100 Candy Companies 2022 року корпорація посіла 28-е місце. Вона є найуспішнішою компанією та лідером ринку кондитерських виробів України з часткою ринку 28,73%.

Аналізуючи канали розподілу підприємства, відмітимо, що КК «РОШЕН» задіює всі чотири рівні каналів розподілу. Структуру каналів розподілу продукції КК «РОШЕН» представлено на рис. 1.

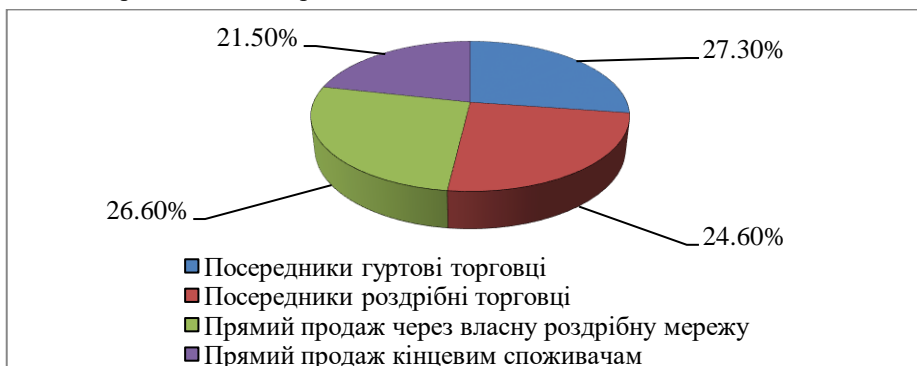


Рис. 1. Канали розподілу продукції КК «РОШЕН»

Ми спостерігаємо збалансовану систему збуту продукції, оскільки на кожен канал припадає значна частка, що робить систему надійною. Значна частка реалізації припадає на прямий продаж через власну роздрібну мережу (26,6%).

Перевагами фірмових магазинів «РОШЕН» є: свіжість солодкої продукції, яка швидко потрапляє від виробника на полиці магазинів; ексклюзивна продукція, виготовлена за унікальними рецептами, яку не можна знайти в жодному іншому магазині; атмосферність магазинів, які не лише реалізують продукцію, а й створюють незабутню атмосферу солодкої казки. Загалом налічується близько 70 одиниць ексклюзивної продукції, а кількість магазинів становить 83 у 15 містах України.

Висновки. Отже, кондитерська корпорація «РОШЕН» у збутовій діяльності використовує всі рівні каналів розподілу, в тому числі і власну торгову мережу, яка включає фірмові магазини у різних регіонах країни.

Науковий керівник – доц. Реніч Т.А.

2. Основні аспекти мотивації персоналу на підприємстві

Олена Базака, Ірина Болотіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні проблема мотивації працівника як особистості набула важливого значення, оскільки вирішення задач, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної системи, здатної спонукати персонал підприємств до ефективної діяльності.

Матеріали і методи. Дослідження проблематики мотивації персоналу здійснювалося на основі застосування теоретичних методів дослідження, серед яких сходження від абстрактного до конкретного.

Результати. Мотивація персоналу – це готовність людей докласти максимальних зусиль з метою досягнення організаційних цілей, що зумовлена здатністю цих зусиль задовольняти певну індивідуальну потребу.

Мотивація є однією з головних функцій управління, оскільки досягнення основної мети залежить від злагодженості роботи колективу підприємства. Кожен гідний та поважний керівник намагається переконати працівників працювати краще та ефективніше, створити у них внутрішні спонукання до активної трудової діяльності, підтримувати зацікавленість у праці, ініціювати отримання задоволення від результатів праці.

Методи мотивації працівників з кожним роком розвиваються і вдосконалюються. Мотивація набуває все більш вагомого значення на підприємстві. Адже можна поєднувати різні мотиваційні системи, вдосконалювати їх та додавати новизну.

Матеріальна мотивація сприяє економічному зростанню підприємства, адже чим цікавіша та оригінальніша ідея, тим краще її можна монетизувати на ринку, а для працівника – це матеріальна винагорода.

Матеріальна мотивація є прагненням достатку, більш високого рівня життя людини. А це залежить від особистого доходу, його структури, диференціації доходів і дієвості матеріальних стимулів, які використовуються на підприємстві.

Матеріальна мотивація включає в себе всі фінансові стимули, які використовує підприємство – заробітну плату, премії, бонуси, путівки та будь-які інші грошові заохочення.

Щодо нематеріальної мотивації – це всі нефінансові способи заохочення працівника – отримання підвищення, кращий кабінет, грамоти, додаткові відпустки тощо.

Трудова мотивація формується на підприємстві безпосередньо роботою, її змістом, організацією трудового процесу, режимом праці. Це внутрішня мотивація людини, сукупність її внутрішніх рушійних сил поведінки, пов'язаних з роботою як такою. У цілому трудова мотивація пов'язана, з одного боку, зі змістовністю, корисністю безпосередньо праці, а з іншого – із самовираженням, самореалізацією працівника.

Грамотний керівник повинен чітко знати, що не всі підлеглі мотивовані однаково. Тому він повинен точно розпізнавати актуальні мотиви своїх співробітників і намагатися по можливості задовольнити потреби кожного.

Висновки. Отже, мотивація є сполучною ланкою між потребами і нормами. Вона дає можливість узгоджувати потреби між собою. Мотивація була і залишається важливим інструментом заохочення персоналу будь-якої організації до ефективної роботи.

3. Безробіття в умовах воєнного стану

Тамара Баталова, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. За даними ООН сьогодні в світі кожний третій працездатний не має роботи взагалі або має випадковий чи сезонний заробіток (750 млн. осіб). Тому безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства. В Україні ситуація ускладнилась у зв'язку з агресією РФ.

Матеріали і методи. Для дослідження сутності і факторів впливу на безробіття використаний метод наукової абстракції та узагальнення; для аналізу показників рівня безробіття – статистичний метод; для визначення особливостей і наслідків безробіття – системно-структурний підхід.

Результати. Відповіді на питання про число безробітних складно, бо наразі жоден державний орган не знає, скільки всього українців живе в країні. Зазвичай ці дані готує Держстат, однак після 24 лютого 2022 р. такі дослідження не проводяться. ООН стверджує, що після початку великої війни з України виїхали майже 13 млн. осіб, повернулися – 8,12 млн., а 4,77 млн. отримали статус тимчасового захисту в країнах Євросоюзу. Проте і ці дані не дають повного розуміння ситуації. Зокрема, вони не включають осіб, яких окупанти депортували в РФ.

Унаслідок російської агресії знищено чимало бізнесу, зокрема великих промислових об'єктів. За даними Європейської бізнес-асоціації, 53% її членів працюють з обмеженнями, 3% – перестали працювати. Як наслідок, 15% опитаних асоціацією компаній скоротили працівників або відправили їх у неоплачувані відпустки. Внаслідок війни 41% громадян України припинили працювати. Серед тих, хто продовжує працювати, 24% працюють частково або віддалено. Отже, безробітним став майже кожен другий українець.

Під час воєнного стану в Україні громадяни продовжать отримувати допомогу по безробіттю. Подати відповідні заяви можна через сервіс Дія. Як поінформували в Міністерстві економіки України, уряд ухвалив постанову, яка визначає порядок реєстрації безробітних під час війни та нарахування їм допомоги по безробіттю. В умовах воєнного стану питання порядку реєстрації безробітних та виплати допомоги регулюється постановою КМУ від 19 березня 2022 року № 334 «Деякі питання реєстрації, перереєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу, нарахування та виплати допомоги по безробіттю на період дії воєнного стану» (Постанова про реєстрацію безробітних під час війни) [1].

Очевидно, кількість безробітних зростає, але держава «бачить» далеко не всіх з них. За даними Держслужби зайнятості, статус безробітних у січні-листопаді 2022 року отримали 544 тис. українців – на 16% менше, ніж за цей же період 2021 року. У листопаді 2022 року офіційний статус безробітного мали 215 тисяч осіб – на 18% менше, ніж на цю дату 2021 року і на третину менше, ніж 1 березня 2022 року. Аби розібратися в причинах цього парадоксу, варто вирізнити людей, які втратили роботу, безробітних людей та офіційно зареєстрованих безробітних.

Висновки. В умовах воєнного стану головне завдання держави – підтримати працездатне населення України. Завдяки вчасно прийнятій нормативній базі громадяни відчули значне полегшення в цей нелегкий час.

Література

1. Безробіття під час війни: нові правила для бізнесу та незайнятих. URL: <https://eba.com.ua/bezrobittya-pid-chas-vijny-novi-pravyla-dlya-biznesu-ta-nezajnyatyh/>.

4. Особливості організації міжнародного перевезення вантажів

Тамара Баталова, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні в складних умовах господарювання, пов'язаних із введенням військового стану через агресією РФ, коли порушені логістичні ланцюги, важливим питанням є удосконалення організації міжнародного перевезення вантажів.

Матеріали і методи. Для дослідження сутності і організації перевезення вантажів використаний метод наукової абстракції та узагальнення; для визначення особливостей міжнародного перевезення вантажів – системно-структурний підхід.

Результати. Вантажоперевезення – одна з найважливіших ланок інфраструктури будь-якої держави, тому що саме з їх допомогою укладаються практично всі торгові угоди на будь-якому рівні, включаючи міжнародні.

Адже успіх в бізнесі для більшості дрібних фірм, а також великих корпорацій безпосередньо залежить від якості послуг міжнародних перевізників. Навіть фізичні особи, побачивши де-небудь на просторах інтернету цікаву дрібничку, клацають і купують її. І тут вступають в силу послуги міжнародного перевезення вантажів.

Сьогодні, в епоху інформатизації суспільства, з'явилася велика кількість різних компаній, які надають не лише послуги з транспортного перевезення вантажів, а й додаткові послуги, наприклад, послуги експедирування та логістичні як одні з найважливіших.

Для компаній міжнародні перевезення вантажів – це часті проблеми із транспортуванням, страхуванням вантажу, підписанням супровідних документів і доручень. Усі ці операції командно виконують різні люди. Найчастіше експедирування вантажів здійснює компанія-виконавець, тоді організацію доставки виконує брокер, дозволяючи замовнику уникнути паперової тяганини і при цьому бути впевненим у тому, що вантаж гарантовано дійде до місця призначення [1].

Працюючи з експедиторами, клієнт має можливість вибрати оптимальний маршрут, по якому буде проходити вантаж. Це, безсумнівно, зведе до мінімуму втрати часу і грошей. Довіряючи вантаж компанії-виконавцю, замовник отримує гарантію збереження свого вантажу.

Транспортний супровід експедитором гарантує уникнення можливої втрати вантажу і мінімізує терміни затримок постачання.

Якщо вантаж експедирується, то всю відповідальність за своєчасну і якісну доставку вантажу бере на себе компанія, яка надає послугу. Клієнт лише оформляє довіреність на певну людину (експедитора), який за контрактом зобов'язаний займатися всіма справами і проблемами, пов'язаними з доставкою вантажу до пункту призначення. Експедитор супроводжує вантаж весь маршрут, починаючи від початку його навантаження, закінчуючи його розвантаженням в призначеному місці. Протягом всього шляху проходження вантажу експедитор вирішує всі проблеми, забезпечуючи швидкість доставки і безпеку ввіреного йому майна [1].

Висновки. Важливим завданням організації перевезень вантажів при здійсненні ЗЕД є не лише вибір ефективних транспортних засобів, котрі якнайповніше відповідали б конкретним умовам перевезень, а й ланцюг усіх супровідних операцій.

Література

1. Логістичні технології міжнародних перевезень та експедирування вантажів авіатранспортом: [навч. посібник] / В.П. Залізнюк, О.І. Платонов, В.А. Яценко, М.Ю. Григорак, Т.Ю. Габрієлова, С.Л. Литвиненко. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 480 с.

5. Обґрунтування доцільності інвестиційного проекту на підприємстві

Анна Бойко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Обґрунтування доцільності інвестиційного проекту на підприємстві є важливим завданням для забезпечення його розвитку та конкурентоспроможності.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є методична література та інтернет-ресурси. Використані методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати. Дослідження показує, що для оцінки доцільності інвестиційного проекту необхідно враховувати його фінансові результати та ризики.

Фінансова доцільність включає аналіз витрат, доходів та прибутку від проекту, а також урахування часової вартості грошових коштів.

Ризики пов'язані з можливими негативними наслідками проекту, включаючи зміни в економічному середовищі та правовому регулюванні, технічні ризики та ризики, пов'язані з конкуренцією.

Окрім цього врахування чинників, що впливають на доцільність проекту, таких, як ринкові умови, конкуренція, потреба ринку, можливості для розширення, також є важливим кроком у процесі оцінки доцільності.

У процесі дослідження було обрано методику оцінки доцільності інвестиційного проекту на підприємстві, яка включає такі етапи, як аналіз початкових даних, розрахунок показників ефективності, оцінка ризиків та рекомендації щодо вдосконалення проекту.

Інвестиційний проект – це вкладення коштів на певний період з метою отримання прибутку в майбутньому. Для того, щоб вирішити, чи доцільно здійснювати інвестиційний проект на підприємстві, потрібно провести його обґрунтування, а також використати додаткові методи обґрунтування доцільності інвестиційного проекту: аналіз ринку, фінансовий аналіз, стратегічний аналіз, економічний аналіз, аналіз ризиків, соціально-економічний аналіз, SWOT-аналіз. Використання цих методів дозволяє здійснити комплексний аналіз інвестиційного проекту та обґрунтувати його. Для апробації даних методичних підходів було обрано конкретний інвестиційний проект, що дозволило оцінити його доцільність та запропонувати шляхи удосконалення. Оцінка доцільності проекту дозволила зробити висновки щодо його прибутковості та здатності відповідати стратегічним цілям підприємства.

Висновки. Обґрунтування доцільності інвестиційного проекту на підприємстві є складним процесом, який вимагає аналізу фінансової доцільності, ризиків та чинників, що впливають на доцільність проекту. Поглиблення методики оцінки доцільності проектів може допомогти підприємствам приймати обґрунтовані рішення щодо інвестування в розвиток та забезпечення їх конкурентоспроможності.

Література

1. Ковшун Н.Е., Левун О.І. Аналіз та реалізація проектів: навч. посіб. [Ел. видання]. Рівне: НУВГП, 2022. 350 с. URL: <http://surl.li/fplaq>.

2. Проектний аналіз [Ел. ресурс]: метод. рекомендації до самостійної роботи студентів. Уклад. М.В. Афанасьєв, І.Я. Іпполітова. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 133 с. URL: <http://surl.li/fplbt>.

Науковий керівник – доц. Стахурська С.А.

6. Сучасні управлінські технології розвитку підприємств

Альона Вовк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сьогоdnішньому нестабільному бізнес-середовищі топ-менеджмент підприємств постійно стикається з різними проблемами, які потребують оптимізації управлінських процесів та оперативного прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У зв'язку з цим зростає значення ефективних технологій управління.

Матеріали і методи. Основою дослідження стали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали конференцій та семінарів, присвячених питанням управління розвитком підприємств з використанням сучасних управлінських технологій.

Результати. Керівники наразі розглядають технології управління як ефективний інструмент, який для досягнення спільної мети дає змогу узгоджувати роботу підрозділів та діяльність усіх працівників. Тому в сучасному менеджменті саме вдосконалення управлінських технологій сприяє переходу підприємства на новий рівень розвитку, особливо в умовах нестабільного середовища.

Сучасний арсенал технологій управління стрімко зростає і ускладнюється залежно від ступеня централізації основних процесів, порядку виконання операцій та процедур, міри і ступеня розподілу праці, предметної, об'єктної, функціональної спрямованості, застосування систем автоматизації, відповідного рівня управління, структуризації об'єкта управління тощо. Загалом сучасний набір технологій, що використовуються в управлінні підприємством, представлений технологіями стратегічного управління, фінансового менеджменту, внутрішньофірмового обліку і контролю, бізнес-планування, управління маркетингом, управління персоналом, операційного управління, управління якістю, інформаційними технологіями, технологіями управління виробництвом, структуривання й організації бізнес-процесів, логістичними технологіями тощо [1].

За результатами опитування консалтингової компанії «Vain&Company», технологіями управління, які найбільше використовуються у світі, є управління взаєминами з клієнтами, бюджетування, збалансована система показників, бенчмаркінг, стратегічне планування, залучення співробітників до управління, аутсорсинг, формування місії та ін. [2]. Якщо говорити про застосування управлінських технологій у практиці вітчизняних підприємств, то тут таких технологій використовується незначна кількість. Серед основних у сучасному рейтингу популярності розглядається концепція бюджетування. Але разом з тим підтверджується надмірне зосередження менеджерів українських підприємств на проблемах переважно тактичного характеру, тоді як бюджетування як управлінська технологія передбачає обов'язковий зв'язок зі стратегічним управлінням [3].

Висновки. Високу ефективність серед управлінських технологій на вітчизняних підприємствах має саме бюджетування як перспективна сучасна управлінська технологія. Безсумнівно, що бюджетування не можна сприймати як універсальний метод уникнення негативного впливу на результати діяльності підприємства у кризових явищах, але надає можливість орієнтуватися в постійно змінному середовищі та приймати потрібні виважені управлінські рішення, які покликані забезпечити оптимальні умови розвитку бізнесу за нестабільної економіки.

Література

1. Чмутова І.М., Андрійченко Ж.О., Довгопола Ю.С. Еволюція та сучасні тенденції розвитку технологій управління фінансово-економічними процесами. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 11. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/11_ukr/53.pdf.
2. Management Tools & Trends 2022. Bain & Company, 2022. URL: <http://www.bain.com/publications/articles/management-tools-and-trends-2022.aspx>.
3. Бурлуцька С.В. Методологічне підґрунтя ідентифікації дескрипторів та контурів управління соціально-економічних систем. *Часпис економічних реформ*. 2021. № 4 (44). С. 92-99.

Науковий керівник – проф. Бурлуцька С.В.

7. Управління ризиками підприємства в сучасних умовах

Ольга Гарбар, Наталія Скопенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Діяльність підприємств завжди пов'язана з постійною присутністю різноманітних негативних подій та ризиків. Саме тому виникає потреба в ризик-менеджменті, що дозволяє найраціональніше врахувати ризики та мінімізувати втрати.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених.

Результати. В умовах ринкової економіки, жорсткої конкурентної боротьби, мінливості економіки сучасним підприємствам необхідно швидко реагувати на зміни середовища та враховувати можливі ризики. Сьогодення вимагає постійного моніторингу ризикоутворюючих факторів для створення ефективної та гнучкої системи господарювання підприємства в умовах ринкової кон'юнктури. Саме ризик-менеджмент дозволяє визначити ризики та зменшити можливі втрати.

Управління ризиком – процес, спрямований на ідентифікацію, аналіз та вплив на ризик з метою уникнення, контролю та мінімізації можливих наслідків ризику для діяльності підприємства. Процес ризик-менеджменту містить певні етапи [1, 2]:

1) ідентифікація ризику – це визначення ймовірних подій, які будуть негативно впливати на діяльність підприємства;

2) аналіз ризику – це збір і обробка даних різних аспектів ризику. Якісний аналіз ризику – ідентифікація всіх можливих ризиків, визначення їх факторів. Кількісний аналіз ризику являє собою числове визначення величини окремих видів ризику, а також сукупного ризику вибраного напрямку діяльності підприємства;

3) планування реакції на ризик – це процес розробки варіантів впливу на ризик. Використовуються зовнішні методи (страхування, хеджування, диверсифікація, розподіл ризику) та внутрішні методи (самострахування, лімітування, забезпечення якості виготовленої продукції, бізнес-планування) зниження ризиків;

4) моніторинг і контроль управління ризиками являє собою процес ідентифікації, аналізу нових ризиків, слідкування за ідентифікованими ризиками, перевірки і виконання операцій реагування на ризики та оцінки їх ефективності.

Система ризик-менеджменту є невід'ємною складовою частиною підсистеми менеджменту організації та являє собою систему управління ризиками на основі процесу їх ідентифікації, оцінки та аналізу, а також вибору і використання методів нейтралізації їх наслідків, що спрямована на досягнення необхідного балансу між стратегічними можливостями підприємства та рівнем ризику [2].

Висновки. Отже, управління ризиками підприємства є важливим процесом підприємницької діяльності для ефективного функціонування підприємства та підтримання його конкурентоспроможності в сучасних умовах.

Література

1. Сарана Л.А., Білан О.В., Бітюк І.М. Управління ризиками підприємства в сучасних умовах господарювання. *Проблеми системного підходу в економіці*. Випуск № 2 (82). 2021. С. 107-112.

2. Сосновська О.О., Деденко Л.В. Ризик-менеджмент як інструмент забезпечення стійкого функціонування підприємства в умовах невизначеності. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. Том 1 (3). 2019. С. 70-79.

8. Сучасний розвиток менеджменту в Україні

Вікторія Загородня, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Так історично склалося, що Україна відстала у своєму економічному розвитку від розвинених країн світу. Наші невдачі у проведенні економічних реформ пов'язані з невизначеністю стратегії кардинальної перебудови суспільства. Сьогодні нам потрібно навчитися знаходити оптимальні рішення в умовах невизначеності і нестабільності соціально-економічного життя, характерного для сьогоднішньої України.

Матеріали і методи. Для дослідження сучасного розвитку менеджменту в Україні використано метод наукової абстракції й узагальнення; для визначення напрямів менеджменту – системно-структурний підхід.

Результати. Сьогодні менеджмент вітчизняних підприємств можна умовно поділити на три основні напрями.

1. Система менеджменту, що лишилася у спадок від радянських часів. Основні її ознаки: жорстка централізація, слабка мотивація персоналу, активне використання адміністративних методів управління. Характерними рисами таких підприємств є низькі продуктивність праці та конкурентоспроможність, нездатність вийти на зовнішні ринки через низьку якість продукції.

2. Система менеджменту малих і середніх підприємств, ознаками якої є максимально спрощена організаційна структура підприємства та відсутність стратегії розвитку.

3. Система менеджменту, що була впроваджена іноземними компаніями або на основі їх досвіду. Характерна риса – часткове впровадження іноземних підходів до управління.

Це часто пояснюється неможливістю застосування тих чи інших нових підходів в менеджменті, оскільки на вітчизняний корпоративний сектор мають потужний вплив зовнішні чинники (політична, економічна, соціальна ситуація в країні тощо) [2].

Актуальні проблеми менеджменту, з якими стикаються українські підприємства:

- скорочення, яке трапляється, коли організація навмисно стає меншою, скорочуючи кількість робітників або цілі підрозділи чи закриваючи підприємства;

- недостатність та несвочасність забезпечення управлінців якісною інформацією для прийняття управлінського рішення;

- недотримання максимального рівня якості;

- недостатність нематеріальної мотивації працівників на підприємствах [3].

Концепція ефективної діяльності українського бізнесу повинна базуватися на:

– відмові від старих принципів ієрархічних відносин панування та підкорення й перехід до партнерства, до принципу «спортивної команди» та тіснішої взаємодії;

– самостійному та інноваційному характері діяльності, креаціонізмі, або, точніше, безперервному творчому підході до всіх питань;

– прагненні не до максимального, а до соціально обґрунтованого прибутку;

– гнучкому, швидкому та вільному переході від однієї ролі до іншої відповідно до нових вимог насиченого ринку;

– синтезі та запровадженні на практиці свободи, рівності та справедливості;

– експериментуванні – перевірці різних підходів для пошуку здатності та розуміння, як трансформувати можливості в успішну реальність тощо [1, с. 97].

Висновки. Важливою проблемою становлення практики менеджменту в Україні є формування сучасної культури організації. Великого значення він надає стратегії та тактиці розвитку організації, які невід'ємні від процесу формування її культури.

Література

1. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. К.: Основи, 2001. 349 с.

2. Іванова Т.В. Сучасні проблеми та перспективи розвитку менеджменту. *Сучасні проблеми менеджменту: матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції* (28 жовтня 2016 р.). Київ: Національний авіаційний університет, 2016. С. 35.

3. Нарольська В. Проблеми розвитку сучасного менеджменту і маркетингу. Матеріали студентської наукової конференції 26-27 квітня 2021 р. Полтава: Полтавська державна аграрна академія, 2020. С. 122.

9. Аналіз конкурентоспроможності ПрАТ «Монделіс Україна» на зовнішніх ринках

Дарина Климончук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Підприємства намагаються найбільшою мірою задовольнити потреби споживачів та зайняти найбільшу частку ринку, при цьому досягаючи головної мети. Проявом наполегливих дій виступає суперництво між підприємствами, що дозволяє підтримувати баланс між попитом та пропозицією.

Матеріали і методи. Завдяки роботам Майкла Портера, який зробив значний внесок у дослідження конкуренції в бізнесі, а також інших цінних дослідників маємо змогу аналізувати діяльність того чи іншого підприємства [1].

Результати. Коли підприємство здатне забезпечити споживачів власною якісною та конкурентоспроможною продукцією, воно може стати лідером ринку та продовжувати розвиватися, зважаючи на власні цілі.

Таким чином, завдяки плідній роботі працівників усіх ланок ПрАТ «Монделіс Україна» стало одним із найбільших та найвпливовіших інвесторів у харчову галузь України та світу. Продукцію його брендів часто можна побачити на полицях супермаркетів та у відомих рекламних роликах. Товариство представлене торговими марками «TUC», «7DAYS» (круасани), «Oreo», «Milka», «Toblerone», «Barni» (ведмедики). Товариство представляє власну продукцію у 150 країнах світу та допомагає забезпечувати працездатне населення України робочими місцями.

Основною діяльністю компанії є виробництво та реалізація кондитерських виробів, печива та солоних закусок. Товариство здійснює дистрибуцію як власних продуктів, так і продуктів, вироблених іншими компаніями глобальної Mondelez International на ринку України. Також ПрАТ «Монделіс Україна» експортує деякі продукти, вироблені як в Україні, так і за кордоном. Основними конкурентами товариства на ринку України є Roshen, Ferrero, Millennium, Konti, Nestle, Pepsi та Mars. Товариство має високий рівень дистрибуції в усіх сегментах пакованих кондитерських виробів і каналах сучасної та традиційної торгівлі завдяки розгалуженій мережі дистриб'юторів і співпраці з найбільшими мережами в країнах ближнього зарубіжжя [2].

Серед конкурентних переваг товариства на зовнішніх ринках можна виділити смак продукції, упакування, довіру споживачів, ринки збуту за кордоном, рекламну активність та сертифікацію продукції. Адже, як відомо, маркетингова діяльність активно впливає на залучення нових споживачів та сповіщення про новинки серед широкого існуючого асортименту.

Висновки. Серед конкурентних сил М. Портера на діяльність ПрАТ «Монделіс Україна» значною мірою впливають покупці та постачальники. Адже внаслідок зменшення купівельної спроможності населення такі продукти, як шоколад та цукерки купуються в останню чергу, а потенційні проблеми з логістикою постачання сировини негативно впливають на діяльність підприємства та його статус. Також кожна з конкурентних сил впливає на поточні витрати компанії, рівень цін та зрештою на розмір прибутків [1]. Завдяки наявності на ринку значної кількості конкурентів, підприємство намагається триматися на плаву навіть в складних економічних та політичних умовах, а інтенсивна конкуренція не дає послабити позиції.

Література

1. Шереметинська О.В. Конкуренція в ЗЕД. Конспект лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спец. 073 «Менеджмент». К.:НУХТ, 2022. 72 с.

2. Фінансова звітність ПрАТ «Монделіс Україна» за 2021 рік. URL: <https://www.mondelezinternational.com/-/media/Mondelez/Country/Ukraine/Doc-files/2022/site8051022.pdf> (дата звернення 19.03.2023).

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

10. Організаційні аспекти вдосконалення внутрішнього середовища

Софія Коваленко, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мінливі умови ведення бізнесу створюють підґрунтя для внесення корегувань щодо управління сукупністю змінних – фінансами, виробництвом, маркетингом, організаційною структурою та персоналом, які складають внутрішнє середовище підприємства.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених щодо середовища діяльності підприємств, а також законодавчі та нормативно-правові акти України.

Результати. Для поліпшення якості менеджменту в процесі створення та функціонування ефективної організаційної структури підприємства найбільш доцільним буде застосування організаційного підходу щодо вдосконалення конкретних внутрішніх характеристик.

Традиційний метод організації взаємодії змінних внутрішнього середовища підприємства включає поділ функцій між окремими елементами. Але така традиційна організація не реагує достатньо швидко на зміни в сучасному світі.

Враховуючи вищенаведені факти, доцільно запропонувати багатовекторну модель удосконалення внутрішніх змінних, яка буде враховувати особливості їх взаємозв'язку та сили впливу.

Багатовекторна модель передбачатиме роботу в таких напрямках:

- поєднання ключових завдань діяльності підприємства з цілями, що поліпшить загальний рівень якості менеджменту всередині господарюючого суб'єкта;
- термінове узгодження та раціональне приведення стратегічних цілей і діяльності організації у відповідність з мінливими умовами суспільного життя, технологіями та іншими факторами;
- упорядкування усіх видів виконуваних внутрішнім середовищем підприємства завдань з метою створення передумов для швидкого досягнення успіхів у діяльності;
- спрямування основних важелів впливу на максимальне об'єднання та координацію матеріальних, нематеріальних та людських ресурсів;
- удосконалення організаційних та методичних підходів щодо роботи з персоналом суб'єкта підприємницької діяльності, створення умов для об'єднання усіх працівників, підвищення рівня їхньої загальної продуктивності праці та забезпечення ефективної взаємодії людського капіталу з іншими змінними внутрішнього середовища у прагненні до досягнення стратегічних цілей організації.

Таким чином, запропонована модель враховує всі напрями діяльності ключових компонентів внутрішнього середовища підприємства та створює передумови для підвищення якості і результативності їх функціонування. Головна концепція зазначеної моделі – об'єднання функціонування змінних внутрішнього середовища та досягнення максимального рівня їх взаємоузгодженості.

Висновки. Отже, на шляху до вдосконалення внутрішнього середовища організації менеджмент підприємства має формувати та корегувати, коли це необхідно, ключові змінні та знаходити найбільш ефективні підходи до забезпечення їх взаємодії. Така організація роботи із внутрішнім середовищем є найбільш доцільною для вітчизняного бізнесу в сучасних ринкових умовах.

11. Стратегічне планування та ризик-менеджмент як основні компоненти ефективного управління на підприємстві

Андрій Крамських, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Стратегічне планування є процесом, який допомагає підприємству зорієнтуватися у довгостроковій перспективі, і включає аналіз зовнішнього, внутрішнього середовища, визначення місії та цілей, розробку стратегії та планів дій, які допоможуть досягти цих цілей. Через стратегічне планування підприємство може зосередитися на ключових пріоритетах, визначити потенційні можливості для розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Матеріали і методи. Для дослідження впливу стратегічного планування та ризик-менеджменту на основні компоненти ефективного управління підприємством використано метод наукової абстракції та узагальнення; для визначення основних компонентів ефективного управління на підприємстві – системно-структурний підхід.

Результати. Реалізація стратегії пов'язана з певними ризиками. Ризик-менеджмент – це процес ідентифікації, оцінки і керування ризиками, що дозволяє компанії приймати зважені рішення і захищатися від потенційних загроз, допомагає їй бути більш готовою до негативних наслідків і зменшує вплив негативних подій на бізнес. Стратегічне планування і ризик-менеджмент взаємопов'язані і доповнюють одне одного. Стратегічне планування визначає напрями розвитку, а ризик-менеджмент допомагає захистити їх від потенційних загроз.

При переході до ринкових відносин підприємствам надано можливість самостійно господарювати в умовах ринку, тому особливої ваги набуває їх здатність цих так спланувати свою діяльність, щоб не стати банкрутом, а ще краще – щоб отримувати прибуток. Виходячи з різноманітності характеристик підприємств, можливі різні підходи до організації системи стратегічного управління загалом і стратегічного планування зокрема. Світовий досвід свідчить: на основі загальних принципів кожне підприємство обирає ту чи іншу систему, робить акцент на окремих сторонах діяльності, вводячи цей орієнтир як основу планування.

Розробляючи систему стратегічного планування, кожне підприємство обирає для себе найприйнятнішу схему, яка, з одного боку, є переліком необхідних формальних процедур, для виконання яких потрібні знання фахівців, а з іншого – передбачає поєднання елементів творчості зі здоровим глуздом керівників, які не дуже схильні витратити час на витончені процедури планування. Система стратегічного планування не покладається на «природний плин» обставин у досягненні успіху, а базується на системі планів, які дають змогу перетворити цілі і стратегії в реальні досягнення. Найскладніше зрозуміти, яким має бути стратегічний план, з чого він повинен складатися, щоб відповідати тим вимогам, які роблять його незамінним для розвитку підприємства і основним компонентом ефективного управління. Загальні вимоги до змісту та структури стратегічного плану можна відстежити, аналізуючи визначення поняття «стратегічний план» різними авторами, які залежно від прийнятої концепції стратегічного планування акцентують увагу на тих чи інших сторонах цього явища.

Висновки. Використання стратегічного планування і ризик-менеджменту є необхідними компонентами для досягнення успіху та стійкого розвитку підприємства. При правильному здійсненні стратегічного планування та ризик-менеджменту підприємство може забезпечити свою конкурентоспроможність, підвищити ефективність виробництва та збільшити прибуток. Тому, враховуючи нестабільність та складність сучасного бізнесу, стратегічне планування та ризик-менеджмент є невід'ємною складовою ефективного управління на підприємстві.

Література

1. Ризик-менеджмент в сучасних умовах ведення бізнесу / Ю.В. Губський, О.А. Халат, С.О. Лукаш [та ін.]. *Вісник Дніпропетровського університету*. Дніпро, 2019. Т. 27, № 4. С. 132-139.
2. Ризик-менеджмент на підприємствах малого та середнього бізнесу / І.О. Петров, А.А. Безкоровайна, Н.В. Шутюк [та ін.]. *Економіка та держава*. Київ, 2018. № 9. С. 22-25.
3. Лукашук І.С. Стратегічне планування в системі управління підприємством. *Інноваційна економіка*. 2017. № 2. С. 47-51.
4. Ризик-менеджмент на підприємствах промисловості / О.І. Волосович, В.М. Кот, Т.І. Коваль [та ін.]. *Економіка промисловості*. Львів, 2018. № 3 (83). С. 77-83.

12. Вибір постачальника ТДВ «Яготинський маслозавод»

Денис Кушніренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вибір постачальника – одна з найважливіших умов успішного функціонування підприємства. Сьогодні спостерігається поворот багатьох компаній у бік ретельного вибору постачальників і висування до них більш високих вимог.

Матеріали і методи. У дослідженні використані методи узагальнення, системного підходу, аналізу та синтезу. Матеріалами дослідження є методична література, інтернет-ресурси, статистичні та аналітичні матеріали досліджуваного підприємства.

Результати. Проблема вибору постачальника – одне з найбільш істотних завдань логістики постачання. Деякі менеджери недооцінюють значення правильного вибору постачальника для ефективного функціонування компанії і ланцюгів поставок у цілому. З погляду логістики постачання від того, наскільки добре постачальники виконують свої функції, може залежати власний успіх компанії-покупця у питанні забезпечення споживачів якісними товарами і послугами. Деякі дослідження показують, що в багатьох компаніях світу принаймні 50% проблем, пов'язаних з якістю, виникає через товари і послуги, якими забезпечили дані компанії постачальники. Тому ефективне вирішення задачі вибору постачальника є основою успішного функціонування і створення стійкої бази постачання будь-якої компанії.

Перш ніж здійснити вибір джерела постачання, необхідно зібрати максимально повну інформацію про всіх потенційних постачальників. Щоб обрати саме того постачальника, який потрібний підприємству, треба обирати за критеріями, які підходять саме даному підприємству.

Наведемо приклади критеріїв, за якими обирають постачальників для ТДВ «Яготинський маслозавод». За цим рейтингом можна зрозуміти, наскільки ці підприємства відповідають вимогам, які висуваються до постачальників.

Усім зрозуміло, що підходити до вибору постачальника потрібно дуже відповідально, оскільки постачальників молочної продукції на ринку України доволі багато, а обрати потрібно одного чи декількох, а це час і фінанси, тому потрібно правильно обирати критерії, за якими будемо оцінювати постачальника.

На думку автора, у цій сфері якість, оперативність та ціна мають велике значення. Якість – бо чим якісніша продукція, тим менше її потрібно переробляти, щоб отримати потрібний сорт; оперативність у цій сфері завжди потрібна, бо це свіжий продукт і в нього, звісно, є термін придатності; а ціна важлива завжди, бо чим менша ціна, тим підприємству краще в плані фінансів.

Також вимогами є надійність, якість обслуговування, резервні потужності та розташування постачальника. Останнє впливає на стабільність і терміни поставок (чим ближче, тим краще у фінансовому плані та плані стабільності постачання). Важливо, щоб постачальник завжди був надійним, а якість обслуговування впливає на те, чи буде приємно співпрацювати з даним постачальником.

Висновки. Мета логістики постачання – це задоволення потреб виробництва у матеріальних ресурсах з максимально можливою ефективністю. Постачальником може бути будь-яка особа або компанія, яка постачає ресурси, необхідні іншій компанії для здійснення її виробничого процесу. Ресурсами можуть бути товари та послуги, які трансформуються для виробництва продукту. Вибір постачальника може вплинути на продуктивність, якість та конкурентоспроможність компанії.

Науковий керівник – доц. Реніч Т.А.

13. Основні правила спілкування в соціальних мережах

Ольга Лясковська, Ірина Болотіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інтернет вже давно замінив живе спілкування на спілкування в режимі онлайн. Багатьом це дає змогу навчатися, працювати та бути соціально активними, не виходячи з дому. Соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя людини.

Матеріали і методи. В онлайн просторі необхідно дотримуватися певних правил етикету та спілкування. Іноді користувачі не розуміють, як потрібно поводити себе в соціальних мережах, а саме: при листуванні, публікаціях, проведенні онлайн-конференцій. Соціальні мережі мають безліч переваг, але шкода від них також є. Користувачі часто витрачають багато часу на речі, які не пов’язані з роботою.

Результати. На своїй Instagram-сторінці ми провели опитування на тему: «В яких цілях ви використовуєте соціальні мережі?».

Статистика показала, що суспільство використовує соціальні мережі більше в особистих цілях, ніж у ділових стосунках (рис. 1).

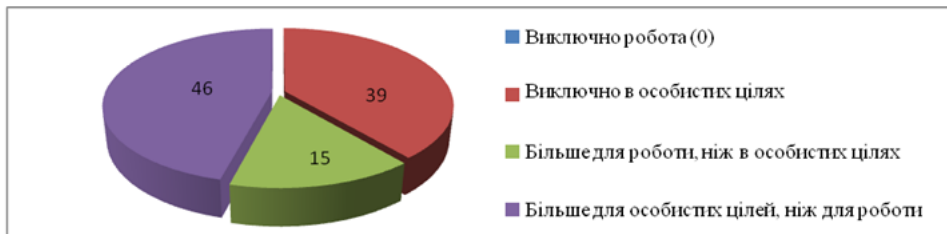


Рис. 1. Мета користування соціальною мережею Instagram, %

Існують певні правила, яких необхідно дотримуватись при користуванні соціальними мережами, щоб не нашкодити своїй репутації.

1. **Публікації в соціальних мережах.** Публікації – це дзеркало, яке відображає характер користувача, його поведінку та вподобання. Необхідно розуміти, що будь-хто з колег може побачити ту чи іншу публікацію, і це може неабияк вплинути на діловий імідж співробітника. Кожен раз, коли користувач хоче зробити публікацію в соціальній мережі, йому треба згадати основне – «правило дошки оголошень». Тобто перш ніж натиснути кнопку «Опублікувати», користувач повинен відповісти на питання: «Чи готовий він розмістити написане в публікації у себе в офісі, де це може прочитати будь-який його колега?». Також варто уникати ситуацій, коли публікації в соціальних мережах можуть спровокувати конфлікт між співробітниками чи друзями. Так може статися, якщо користувач постить своє фото разом з колегою чи другом без їхнього дозволу. Перед тим, як розмішувати групове фото і відмічати на ньому присутніх, треба спитати, чи хочуть вони, щоб це фото було опубліковане.

2. **Листування.** При написанні ділового листа необхідно звертати увагу на певні моменти, а саме: лаконічність, структура, грамотність, ввічливість, час.

3. **Онлайн-конференції.** Треба заздалегідь підготуватися до онлайн-конференції, вибрати та організувати приміщення (це має бути тихе та спокійне місце), перевірити підключення до інтернету, дотримуватися дрес-коду, під час конференції дивитися в камеру, уважно слухати доповідачів та відповідати на поставлені питання.

Висновки. Отже, спілкування в соціальних мережах має цілу низку певних настанов. Дотримання правил користування соціальними мережами робить останні ефективним засобом комунікацій як в особистому житті, так і в бізнес-середовищі.

14. Підвищення конкурентоспроможності при виході на зовнішній ринок

Артем Поліщук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкурентоспроможність підприємства є важливим фактором та дає йому змогу адаптуватися до сучасних умов зовнішнього середовища, в тому числі і зовнішніх ринків. Конкуренція є рушійною силою, яка змушує керівництво підприємства шукати нові шляхи для підвищення конкурентоспроможності.

Матеріали і методи. Питаннями конкурентоспроможності займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Вагомий внесок у розвиток даної проблематики внесли такі вчені, як М. Портер, О. Шишкова, І. Смолін, М. Книш та інші.

Результати. Конкурентоспроможність підприємства на зовнішніх ринках є комплексною категорією, що включає переваги в багатьох сферах діяльності підприємства, зокрема економічній, товарній, ринковій тощо. Підвищення конкурентоспроможності можливе завдяки раціональному використанню наявних ресурсів та вмінню правильно їх розподіляти для досягнення цілей підприємства. Вміння адаптуватися до змін зовнішнього ринку також є однією з причин успіху та високої конкурентоспроможності на міжнародній арені. Але рівень конкурентоспроможності залежить від конкретної галузі діяльності підприємства.

Підвищенню конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку сприяють сучасні технології ресурсозбереження, розвиток трудових ресурсів тощо.

У міжнародній діяльності підприємства існує багато факторів, що впливають на його конкурентоспроможність. Ці фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні.

Діяльність підприємства на зовнішніх ринках характеризується більш жорсткими правилами поведінки та боротьби за ринкову частку.

Для вітчизняних підприємств важливим є створення таких переваг, які зможуть забезпечити ефективність їхньої господарської діяльності, оскільки це сприятиме не лише їх власному економічному розвитку, а й розвитку національної економіки.

Розвиток висококонкурентного підприємства вимагає залучення великої кількості фінансових ресурсів для впровадження необхідних систем і параметрів, що створять переваги перед основними конкурентами.

Маркетингова діяльність відіграє ключову роль при виході підприємства на зовнішній ринок.

Висновки. Отже, для підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх ринках необхідно вміти адаптуватися до змін, що відбуваються на даному ринку. Наявність інформації про конкурентні переваги конкурентів також буде плюсом для ефективної діяльності та планування подальшого розвитку підприємства.

Література

1. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 2. С. 70-73.

2. Касич А.О., Харькова Ж.В. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. № 2, Том 25. С. 79-85

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

15. Формування конкурентних переваг підприємства

Артем Поліщук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах динамічного зовнішнього середовища позицію підприємства на ринку визначають конкурентні переваги, які є запорукою його стабільного, динамічного розвитку.

Матеріали і методи. Прихід на ринок нових конкурентів, сучасні вимоги до якості продукції та обслуговування змушують підприємство постійно вдосконалювати технологічні процеси та наявні конкурентні переваги. На конкурентні переваги підприємства можуть впливати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. Вони стають основною для формування правильної конкурентної стратегії розвитку та її реалізації.

Результати. Формування конкурентоспроможності підприємства – це довготривалий і складний процес, який потребує управлінських рішень, що будуть спрямовані на його формування та реалізацію. Для кожної галузі діяльності є особливі переваги, притаманні лише їй. Тому формування таких переваг має відповідати вимогам сектору, в якому діє підприємство.

Саме поняття конкурентних переваг є відносним, оскільки ми маємо можливість проаналізувати їх лише у порівнянні з іншими підприємствами, що діють на конкретному ринку.

Чинники, що формують конкурентоспроможність підприємства, досить різноманітні та широко розглядаються у ряді робіт науковців [1, 2, 3]. Узагальнюючи їх, можна відзначити, що основними є: споживчі, якість товару, ефективна маркетингова політика, визначення цільової аудиторії продукції.

Конкурентні переваги є унікальними ресурсами підприємства, які надають йому першість щодо інших підприємств.

За джерелами формування конкурентні переваги можна поділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні переваги є тією рушійною силою, що стимулює підприємство до активного розвитку і водночас забезпечує йому сильні конкурентні позиції на ринку, оскільки вони орієнтовані на задоволення споживчих потреб.

Внутрішні конкурентні переваги є наслідком процесу збільшення продуктивності всередині підприємства.

Висновки. Для ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства потрібно вміти раціонально використовувати наявні конкретні переваги, що формують його конкурентоспроможність. Проаналізувавши зовнішнє середовище підприємства, можна формувати стратегію конкурентних переваг.

Література

1. Бондаренко С.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Технології та дизайн*. 2014. № 2 (11). С. 48-59.
2. Касич А.О. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. № 2. Том 25. С. 79-85.
3. Касич А.О. Theoretical and methodical foundations of sustainable management in modern companies. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 298-305.

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

16. Лідерство як запорука ефективного процесу управління на підприємстві

Діана Пономарьова, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному менеджменті одним з важливих елементів процесу управління є лідерство. Оволодіння менеджером сутністю лідерства є запорукою ефективної системи менеджменту на підприємстві. Тому будь-який керівник, що дбає про ефективність своєї роботи, має прагнути стати лідером.

Матеріали і методи. Лідерство є невід'ємною частиною ефективного менеджменту, тому йому присвячена значна кількість наукових робіт, статей, монографій та книг вітчизняних і зарубіжних вчених. Оскільки людство постійно розвивається, з'являється все більше нових досліджень щодо методів впливу на колектив.

Результати. Лідерство – це здатність пробуджувати мрії людей, до яких вони будуть наближатися, «вдихаючи» енергію, необхідну їм для руху. Лідерство означає здатність впливати на людей, соціальні групи, трудові колективи, спрямувати їх сили на досягнення цілей підприємства.

Лідерство виникає, коли необхідні ініціативні дії. Людина, що добровільно бере на себе більшу відповідальність, ніж вимагає посада, стає неформальним лідером. Лідер також є керівником, проте його дії мають дещо особливий характер. Він не управляє, а веде за собою інших, які є не підлеглими, а його послідовниками.

Наведемо основні принципи лідерства.

- Вроджене прагнення керувати та вести за собою інших. Бути лідером означає вміти показувати іншим шлях – найкращий, найкоротший та найбезпечніший. Лідер не лише направляє своїх послідовників, а й прагне вести їх за собою, тоді як послідовник, в свою чергу, не просто йдуть за лідером, а ще й хочуть слідувати за ним.

- Мотивація першості. Щоб бути лідером недостатньо прагнути бути найкращим. Першість означає мати кращі життєві результати, які є наслідком зусиль людини, що показують її досвід, здібності і таланти.

- Вплив. Для того, щоб бути лідером та вести за собою людей, потрібно бути впливовим. Лідер – це перш за все людина, наділена певними повноваженнями. Але влада такої людини не має зовнішньої підтримки (держави чи суспільства), а здобута самостійно, власними зусиллями.

- Креативність та компетентність. Лідер – це людина, що добре знається на своїй справі та використовує творчий підхід до вирішення проблем і складних ситуацій.

- Психологічний авторитет. Лідер має здатність підтримувати належний рівень «я хочу», «я можу» та «я повинен» у різних, особливо стресових, життєвих ситуаціях.

- Реалістична самооцінка та саморегуляція. Часто у лідерів висока самооцінка поєднується з високим рівнем вимогливості до себе та того, що пов'язано з цілями та цінностями всієї групи. Справжні лідери вільні від заздрощів та можуть по-справжньому радіти успіхам інших.

- Саморозвиток. Істинний лідер постійно хоче вчитися, набувати досвіду і покращувати власні навички та вміння.

Висновки. Лідерство є доповненням до традиційних методів управління, які не завжди дають змогу досягнути високих результатів, оскільки базується на процесі соціальної взаємодії колективу. Лідеру складніше знайти важелі впливу на поведінку інших, не маючи формальних підстав.

Література

1. Сергеева Л.М., Кондратьєва В.П., Хромей М.Я. Лідерство: навч. посібн. /за наук. ред. Л.М. Сергеевої. Івано-Франківськ. «Лілея НВ». 2015. 296 с.

17. Управління ефективністю експортної діяльності підприємства

Олена Репетій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У період глобалізації та посилення торгово-економічних зв'язків між країнами експортна діяльність є необхідною складовою успішного функціонування підприємства.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані методи аналізу, синтезу та узагальнення наукових матеріалів і нормативно-правових актів.

Результати. Експорт товарів – це продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України [1].

Виділяють такі види експорту [2, с. 50-51]: вивезення товарів, які вироблені або перероблені в країні експортера; вивезення вітчизняних товарів за кордон для їх переробки з митним наглядом та наступним поверненням; вивезення іноземних товарів через країну транзитом без їх розміщення на митних складах; тимчасове вивезення вітчизняних товарів; експорт іноземних товарів, що були тимчасово імпортовані в країну.

За методом здійснення експортної діяльності експорт ділять на прямий та непрямий. Непрямий експорт передбачає реалізацію товарів на зовнішньому ринку через незалежних маркетингових посередників. Прямий експорт означає самостійний продаж товарів на зовнішньому ринку [3].

Виділяють такі етапи експортної діяльності [4]: аналіз підприємства і визначення доцільності експорту продукції; робота з митним кодексом; аналіз привабливих ринків; пошук контрагенту; укладання та підписання контракту; здійснення умов контракту.

Для аналізу доцільності експортної діяльності розраховують такий показник, як ефективність експорту, який показує, наскільки ефективними є зовнішньоекономічні операції підприємства, і визначається як частка виторгу за реалізований товар у загальному обсязі продажу за експортом.

Причому, якщо показник ефективності експорту більший за одиницю і вищий за показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку, реалізація на зовнішньому ринку буде ефективнішою порівняно з реалізацією на внутрішньому ринку.

Висновки. Нестабільне функціонування підприємства на внутрішньому ринку, зниження конкурентоздатності обумовлюють пошук нових ринків збуту. Одним з таких напрямів є експортна діяльність, яка повинна бути обумовлена розрахунками ефективності.

Література

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>.
2. Петухова О.М., Ямкова А.М. Розвиток експортної діяльності бурякоцукрового комплексу. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. Том 25. № 1. 2019. С. 267.
3. Стедєвич А.І. Характеристика зовнішньоекономічної діяльності як напряму діяльності підприємств. *Бізнес-навігатор*. Випуск 1 (62). 2021. С. 91-95.
4. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.

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

18. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги ПрАТ «ІНДАР» на зовнішніх ринках та шляхи їх підвищення

Анастасія Рожок

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку є комплексною порівняльною характеристикою, що відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності на зовнішніх ринках за певний проміжок часу.

Матеріали і методи. У процесі дослідження були використанні методи узагальнення та прогнозування.

Результати. Конкурентні переваги на зовнішніх ринках проявляються через сильні сторони організації, за допомогою яких вона може зайняти лідируючі позиції на відповідному зовнішньому ринку. У кожного підприємства вони індивідуальні і формуються з урахуванням внутрішніх можливостей та зовнішніх факторів впливу сфери функціонування.

ПрАТ «Індар» – фармакологічне підприємство, що спеціалізується на виробництві інсулінових препаратів. Його основною конкурентною перевагою є наявність власного виробництва та технології виготовлення інсуліну від перших етапів до готових форм препарату. При цьому підприємство має великий досвід та кваліфікований персонал, оскільки функціонує на ринку вже понад 25 років. Технологія компанії відповідає міжнародним стандартам, дозволяє здійснювати експорт продукції. Оскільки основою виробництва є саме інсулін, то підприємству слід націлюватися не на всю фармацевтичну галузь, а сфокусувати свої зусилля на зовнішній ринок інсулінових препаратів та диверсифікувати дану продукцію під потреби та індивідуальні особливості споживачів.

Для підвищення конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства на зовнішньому ринку ПрАТ «Індар» слід оновлювати обладнання, замінюючи його на новітні високотехнологічні машини, які зможуть виробляти більший обсяг інсуліну, при цьому зберігаючи високу якість продукції. Також слід приділити увагу розробці нових технологій і фармакологічних форм інсуліну, яка дозволить розширити асортимент продукції і коло споживачів, яким підходить інсулін даного виробника.

Висновки. Отже, конкурентоспроможність підприємства є основою його функціонування. За допомогою якісного аналізу діяльності та сфери функціонування, а також виявлення конкурентних переваг можна розробити потужну конкурентну стратегію та напрям, в якому слід діяти компанії для досягнення успіху та лідируючих позицій на ринку. ПрАТ «Індар» є досить потужним підприємством, якому слід рухатися у напрямку розширення асортименту та збільшення обсягів реалізації продукції, тобто посилювати свої позиції на світовому ринку інсулінових препаратів, займаючи перші позиції у забезпеченні людей з цукровим діабетом необхідними ліками не лише на вітчизняних ринках, а й за кордоном.

Література

1. Цьвок Д.Р., Яворська Н.П. Формування конкурентних переваг підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 5. С. 142.
2. Офіційний сайт ПрАТ «Індар». URL: <https://indar.com.ua/>.
3. Власенко І.О., Давтян Л.Л. Фармацевтичне забезпечення препаратами інсуліну в Україні за 2016-2021 роки. *Фармацевтичний часопис*. Національний університет охорони здоров'я України імені П.Л. Шупика. 2021. № 2. С. 55-64.

Науковий керівник – доц. Шереметинська О.В.

19. Удосконалення організації перевезень вантажів КК «ROSHEN»

Михайло Сидоренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Оптимальний вибір перевізника є запорукою успіху підприємства у конкурентній боротьбі. Дослідження ринку транспортних послуг вказує на те, що роль вдалого вибору перевізника буде тільки зростати.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є методична література, інтернет-ресурси, статистична звітність та аналітичні матеріали досліджуваного підприємства. Використані методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати. Продукція КК «ROSHEN» щодня доставляється у різні куточки України. Головним перевізником продукції КК «ROSHEN» є компанія «Дженерал Транс Альянс Логістик». Загалом парк автомобілів КК «ROSHEN» налічує 137 вантажівок, 60 з яких є власністю підприємства, а 77 – наймані і належать «Дженерал Транс Альянс Логістик». Тобто кількість найманого транспорту підприємства перевищує кількість власного. До того ж компанія-перевізник пропонує вантажівки з більшою вантажопідйомністю.

Задача вибору оптимального перевізника вирішується на основі певних критеріїв. У загальному випадку визначення системи критеріїв залежить від виробничої та логістичної стратегій конкретного підприємства. Перелік критеріїв, що використовується для аналізу потенційних перевізників, може бути дуже великим. Автором вибрано ті, які, на його думку, є найбільш важливими для КК «ROSHEN». У перелік входять тарифи на перевезення вантажів та загальні витрати; надійність та якість обслуговування; наявність додаткового обладнання для транспортування вантажів; надійність дотримання термінів доставки; стан транспортних засобів; пропозиція експедирування.

Тарифи на перевезення вантажів є одним із найголовніших критеріїв, тому що від цього залежить рівень співпраці з перевізником, дохід компанії, ціна кінцевого продукту, а тому й конкурентоспроможність.

Надійність та якість обслуговування є основою відносин між постачальником і перевізником. Це те, що формує репутацію як компанії-виробника, так і компанії, яка займається транспортуванням.

Наявність додаткового обладнання для транспортування вантажів теж належить до особливостей продукції КК «ROSHEN», оскільки без рефрижераторів неможливо буде доставляти продукти у початковому стані.

Надійність дотримання термінів доставки – дуже важливий критерій для будь якої компанії, яка піклується про свою репутацію. Продукція КК «ROSHEN» має свій термін придатності, і дуже важливо вчасно оновлювати продукцію у тих чи інших торговельних мережах, аби не губити потенційні гроші.

Стан транспортних засобів дуже важливий у такій сфері, як вантажні автомобільні перевезення. Надійність та якість перевезень, про які йшла мова вище, залежать і від стану вантажівок.

На думку автора, пропозиція експедирування дуже важлива у співпраці з особливо крупними постачальниками. Постачальник в основному повинен контролювати процес перевезень, а не організовувати його.

Висновки. Ефективне вирішення задачі вибору перевізника є основою успішного функціонування кожного підприємства. Вдосконалення перевезення вантажів автомобільним транспортом шляхом аналізу, фільтрації та якісного відбору перевізників дуже ефективне, оскільки при правильному висновку компанія-постачальник, у нашому випадку КК «ROSHEN», отримує не просто комфортні доставки, а й покращення всієї логістичної системи. Вплив проявляється у коштах, репутації, швидкості та якості тощо.

Науковий керівник – доц. Реніч Т.А.

20. Розроблення системи управління інвестиційними ризиками на підприємстві

Юрій Стойко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективне управління інвестиційними ризиками є важливим елементом успішної діяльності будь-якого підприємства. Забезпечення безпеки інвестиційних ресурсів є ключовою задачею для менеджменту інвестиційного портфеля.

Матеріали і методи. Для розроблення системи управління інвестиційними ризиками на підприємстві було проведено аналіз ринку, досліджено методи управління інвестиційними ризиками, а також проведено аналіз ризиків, пов'язаних з інвестуванням на конкретному підприємстві.

Результати. Оцінка ризиків інвестування в проєкт полягає в ідентифікації можливих ризиків та їх оцінці на основі ймовірності та впливу на проєкт. Результати цієї оцінки використовуються для розробки плану мінімізації ризиків, який включає стратегії та дії, спрямовані на зниження рівня ризиків та забезпечення стабільності інвестиційного портфеля.

Розроблена система управління інвестиційними ризиками на підприємстві включає такі етапи:

- 1) оцінка ризиків інвестування в проєкт;
- 2) розроблення плану мінімізації ризиків;
- 3) визначення вартості управління ризиками;
- 4) моніторинг інвестиційного портфеля.

Також було розроблено матрицю ризиків, яка дозволяє ідентифікувати та оцінювати ризики, пов'язані з конкретними інвестиційними проєктами. Застосування цієї матриці дозволяє ефективно управляти ризиками та забезпечувати стабільність інвестиційного портфеля на підприємстві.

Застосування розробленої системи управління інвестиційними ризиками на підприємстві дозволить ефективно управляти ризиками та забезпечити стабільність інвестиційного портфеля. При цьому важливо враховувати специфіку конкретного підприємства та ринку, на якому воно працює.

Розроблення системи управління інвестиційними ризиками є постійним процесом, який потребує регулярного моніторингу та аналізу ризиків, що виникають при інвестуванні в різні проєкти.

Висновки. Застосування системи управління інвестиційними ризиками сприятиме забезпеченню стабільної динаміки інвестиційного портфеля підприємства та підвищенню його ефективності.

Література

1. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посіб. К.: КНЕУ, 2000. 292 с.
2. Кравченко М.О., Бояринова К.О., Копішинська К.О. Управління ризиками: навч. посіб. для студ. спец. 073 «Менеджмент». К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 432 с.
3. Стешенко О.Д. Ризикологія: навч. посіб. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 180 с.

Науковий керівник – доц. Стахурська С.А.

21. Методологія «гемба-кайдзен» у діяльності підприємств

Ніколіна Карпенко

Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна

Вступ. Метод «гемба кайдзен» з'явився як результат розвитку методології безперервного покращення «кайдзен». При цьому важливим є удосконалення не лише технологічного, але й управлінського процесу.

Матеріали і методи. В основі даного дослідження використано загальнонаукові методи, а саме: метод аналізу та узагальнення.

Результати. «Гемба» в перекладі з японської означає місце, де «відбуваються події». «Гемба-кайдзен» – маловитратний підхід до управління робочим місцем (місцем виробництва продукту або надання послуги), в якому створюється цінність для споживача. На підставі комплексного залучення в роботу персоналу в організації повинні реалізовуватися такі принципи «гемба кайдзен», як: підтримка порядку; усунення втрат або «муда»; стандартизація.

Перший принцип дозволяє сформувати у персоналу навички самодисципліни, які є важливими для створення продукції високої якості. Всі робітники мають інформацію про правила та інструкції до роботи та дали згоду на їх дотримання. Другий принцип означає, що виробник має можливість додавати цінність продукту для споживача на підставі попереднього аналізу «муда», а також визначати інструменти боротьби з виявленими втратами. Скорочення втрат «муда» дозволяє не лише збільшити додану цінність, але й підвищити продуктивність та зменшити виробничі витрати. Принцип стандартизації вказує, що в організації визначено найкращий спосіб виконання роботи, дотримання якого є способом випуску продукції високої якості та запобігання виникненню дефектів виробів.

«Гемба» надає послуги / виробляє продукт для задоволення споживацьких потреб, а менеджментом визначається стратегія та політика досягнення визначених для «гемба» цілей. Зосереджуючись на удосконаленні саме на робочих місцях, вивченні їх потреб та наданні підтримки, відшукуються широкі можливості для покращення діяльності операційної системи. При цьому існує дві моделі взаємовідносин «гемба» та менеджменту підприємства. У першій моделі відправним моментом є визначення потреб «гемба». Призначення менеджменту полягає у забезпеченні підтримки «гемба», а також у розв'язанні проблем, що в ньому виникають. У такому випадку ініціатива покращень може виходити і з «гемба», і від менеджменту. В другій моделі менеджментом розробляється політика діяльності, встановлюються цілі, розподіляються ресурси. Менеджментом визначаються найбільш доречні кайдзен-покращення для «гемби».

В авторській інтерпретації в компанії може бути використана будь-яка з розглянутих моделей взаємовідносин «гемба» та менеджменту. Перша модель дає менеджерам розуміння, що для впровадження дієвих покращень потрібно приймати до уваги думку персоналу «гемба», оскільки саме він володіє інформацією щодо швидких та маловартісних покращень операційної системи. Використання другої моделі дозволяє забезпечити єдиний напрямок розвитку та досягнення корпоративних цілей підприємства.

Висновки. Методологія «гемба-кайдзен» може впроваджуватися в діяльність підприємства у вигляді двох можливих рівнозначних моделей: починаючи з визначення потреб «гемба» або визначаючи покращення для «гемба», виходячи з корпоративних цілей підприємства.

22. Можливості використання штучного інтелекту в управлінні підприємством

Валерія Шмаровоз

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Штучний інтелект (англ. AI – Artificial Intelligence) в управлінні підприємством є актуальною темою в сучасному мінливому світі. AI може допомогти знизити витрати, отримати конкурентні переваги, підвищити ефективність роботи.

Матеріали і методи. Основою дослідження став аналіз інтернет-ресурсів, де відображено іноземний та вітчизняний досвід використання штучного інтелекту в управлінні підприємствами.

Результати. Можливості використання штучного інтелекту в управлінні підприємством є досить широкими та варіативними, і їх використання залежить від поставлених компанією завдань. Прикладами даних можливостей є наступні.

1. Автоматизація виробничих і логістичних процесів: AI може допомогти спланувати й оптимізувати виробничі процеси, контроль якості та управління логістикою.

2. Аналіз даних і прогнозування: використання AI можливе для аналізу масиву даних, визначення тенденцій і прогнозування розвитку бізнесу.

3. Взаємодія з клієнтами: AI може допомогти покращити взаємодію з клієнтами шляхом автоматизації процесу обробки запитів, підтримки клієнтів і надання персоналізованих рішень.

4. Управління ресурсами: AI може бути використаний для ефективного управління фінансовими та матеріальними ресурсами підприємства тощо.

Реальним прикладом використання штучного інтелекту є компанія China Merchants Bank. AI застосовується в маркетингу, контролі ризиків, інвестуванні та інших сферах. Наприклад, робот може перевіряти клієнтів у базі даних перед отриманням позик і генерувати різні висновки про схвалення, щоб надати ці висновки заявникам за лічені секунди.

Іншим прикладом є український торговельний центр «Епіцентр», який використовує штучний інтелект в онлайн-бізнесі. AI пише для онлайн-платформи компанії контент та елементи програмного коду, генерує рекламні банери і голосові повідомлення та створює простий програмний код [2].

Застосування штучного інтелекту в управлінні підприємством може підвищити його продуктивність і забезпечити конкурентоспроможність, але для цього потрібні відповідні знання та навички. Успішне впровадження AI вимагає ретельного аналізу бізнес-процесів компанії та розробки відповідної стратегії [3].

Крім того, важливо пам'ятати про етичні аспекти використання штучного інтелекту, зокрема захист персональних даних і відповідальність за прийняті рішення. Слід також враховувати такі проблеми, як недостатня якість даних, нестабільні алгоритми та потенційні загрози безпеці мережі.

Висновки. Використання штучного інтелекту в управлінні підприємством має значний потенціал для підвищення ефективності бізнесу. Для досягнення максимальних результатів необхідно мати якісні дані і вірно налаштовані алгоритми.

Література

1. Artificial Intelligence Enterprise Management Using Deep Learning. URL: <https://www.hindawi.com/journals/cin/2022/2422434/>.

2. «Епіцентр» використовує штучний інтелект в онлайн-бізнесі. Що робить AI. URL: <http://surf.li/fswyd>.

3. Бурлуцька С.В. Системний підхід до управління проєктами. *Часопис економічних реформ*. 2020. № 3 (39). С.11-19. DOI: 10.32620/cher.2020.3.2.

Науковий керівник – проф. Бурлуцька С.В.

20.3.

Economy of enterprises of food industry

Chairperson – professor Anatolii Zainchkovskyi
Secretary – Tetiana Ivaniuta

20.3.

Економіка підприємств харчової промисловості

Голова – професор Анатолій Зайнчковський
Секретар – Тетяна Іванюта

1. Передумови повоєнного відновлення інвестиційного потенціалу підприємств харчової промисловості

Оксана Гривківська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Досвід післявоєнного відновлення всіх успішних країн, зокрема Німеччини, свідчить про те, що акцентуалізація їхніх економічних прерогатив була саме харчова переробка, при чому експортоорієнтована. Аналогічним шляхом йшли Японія і Південна Корея. Інші країни, зокрема Азії, такі як Філіппіни або Індонезія, не змогли створити харчову переробку та залишилися бідними, сировинними аграрними країнами. Відтак, вони мають більше проблем, а їхні громадяни є незрівнянно біднішими, ніж громадяни Японії чи Південної Кореї. Тому абсолютно свідомим вибором економічної моделі відродження України має бути створення харчової переробки, оскільки, це робочі місця для українських громадян, це додаткові податки до бюджету, це створення доданої вартості всередині країни.

Матеріали і методи. Під час роботи над дослідженням були проаналізовані матеріали із загальнодоступних джерел та наукові статті. Використано методи аналізу та узагальнення.

Результати. Незважаючи на війну, харчова промисловість залишається однією з найоптимістичніших галузей і в українській переробці. З одного боку, харчовики теж зазнали великих втрат, адже поламано ланцюги постачання та заблоковано морські шляхи експорту, в окремих регіонах пошкоджено виробничі потужності. З іншого, - харчова галузь демонструє відносну стійкість на тлі інших видів діяльності. Галузі, які забезпечують базові потреби населення, мають повсякденний попит як у країні, так і поза її межами. Від початку війни переважно підприємства харчової промисловості демонстрували більш оптимістичні оцінки ділового середовища та фінансово-економічної ситуації на підприємствах порівняно з іншими галузями. Якщо в травні-червні 2022 року харчова галузь була в загальному песимістичному тренді щодо загальноекономічної ситуації, то з липня 2022 року швидшими темпами відновлювала оптимізм.

При тому, що в цілому українська промисловість серйозно просіла в перші місяці війни, харчовики у той же час зберігали обсяги виробництва. З липня 2022 року спостерігається лише позитивна динаміка відновлення виробництва в харчовій галузі. В результаті у вересні 2022 року вже 38% підприємств харчової промисловості почали збільшувати обсяги виробництва і лише 12% - зменшували. Індекс зміни виробництва досягнув рекордних +0,26 (при +0,05 для всіх переробних підприємств загалом). Харчова галузь також добре реалізує свій експортний потенціал. Станом на вересень 2022 року кожне друге підприємство галузі (53%) не припиняло експортувати взагалі. Водночас лише 15% експортерів харчової промисловості не змогли відновити експортну діяльність (16% на рівні країни). Необхідно зауважити, що на початку війни в харчовій промисловості також спостерігалось падіння обсягів експорту (рис.2).

Висновки. Попри позитивні зміни, харчовики відчувають серйозні логістичні труднощі при експорті. В галузі частіше скаржаться на черги на західних кордонах і морську блокаду, при цьому саме харчова промисловість найменше відчуває падіння попиту на їхню продукцію на зовнішніх ринках - лише 15%. Це відображає певну безальтернативність української продукції на міжнародних ринках, ще й в умовах глобального зростання цін. У результаті 17% харчових підприємств за останні три місяці 2022 року експортували в 11 і більше країн. Торговельна статистика, яка є доступною, незважаючи на обмеження воєнного часу, лише підтверджує зростання ролі як всього харчового комплексу, так і підприємств харчової переробки.

2. Торгові можливості для українських компаній харчової промисловості на ринку Данії

Богдан Аренович

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах сьогодення виробниками харчової промисловості пропонується широкий асортимент високоякісної продукції як для внутрішнього ринку, так і для експорту в зарубіжні країни. Для України продукти харчування та напої складають значну частину загального експорту країни, що обумовлює необхідність пошуку нових торгових партнерів для розширення міжнародних зв'язків.

Матеріали і методи. У дослідженні були проаналізовані матеріали із загальнодоступних джерел та наукові статті. Використано методи аналізу та узагальнення.

Результати. Україна перебуває на 64 позиції серед 190 країн у рейтингу ease of doing business. Водночас у сфері міжнародної торгівлі наша держава поступово переорієнтовується зі Сходу на Захід та шукає своє місце на нових ринках збуту.

У 2020 році 45,1 % експорту становила продукція АПК і харчової промисловості, що свідчить про закріплення за Україною спеціалізації на сільському господарстві в міжнародному поділі праці. Оскільки аграрна продукція та сировина коштують у багато разів дешевше, ніж готові продукти, відповідно національна харчова промисловість зазнає від такої спеціалізації багатомільярдних збитків.

У 2021 році український експорт продовольства та напоїв склали 14,32 млрд. євро або 35,7% від загального експорту країни. Більшість українського експорту за категоріями в межах 2021 року складалася із зернових культур, на які припадало 6,1 млрд. євро, або 42,9% від загального експорту країни продуктів харчування та напоїв, за якими йдуть тваринні та рослинні жири та олії з 3,8 млрд. євро, або 26,6%, насіння та плоди олійних культур – 1,7 млрд. євро, або 11,6%, м'ясо та субпродукти – 0,6 млрд. євро, або 3,8%, молочні продукти, яйця та мед – 0,4 млрд. євро, або 2,8%.

Висновки. Україна належним чином використовує свої експортні можливості? зосередившись на своїй спеціалізації – зернових, проте існують перспективи щодо збільшення експорту молочної продукції, яєць та меду. Крім того, Україна має потенціал щодо розширення експорту заготовок із круп і борошна, кондитерських виробів до країн ЄС. Проте найбільша розбіжність між попитом та експортними можливостями харчової промисловості України спостерігається в торгівлі м'ясом та м'ясними субпродуктами, оскільки це третя за величиною імпортована товарна група в Данії, але імпорт з України у цій групі дуже низький. Також такі групи товарів, як тваринні та рослинні жири та олії, овочі, коренеплоди і картопля, а також напої, спиртні напої та оцет мають потенціал для досягнення більшої торговельної активності, оскільки торговельний баланс для цих груп у Данії негативний.

3. Передумови застосування інвестиційних стимулів розвитку підприємств харчової галузі

Іван Ареневич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Харчова промисловість увійшла до нечисленної групи галузей з найкращими перспективами подальшого зростання і залучення іноземних інвестицій.

Матеріали і методи. Були проаналізовані матеріали із загальнодоступних джерел та наукові статті. Використано методи аналізу та узагальнення.

Результати. Однак, попри наслідки пандемії, підприємства харчової промисловості продовжують успішно освоювати капітальні інвестиції. Більш того, частка надходжень до харчопрому за підсумками першої половини 2020 го зросла всупереч коронакризі до 6% від капіталовкладень в українську економіку в цілому і до 15,6% від загальнопромислових обсягів. Привабливість харчової промисловості інвестори пояснюють порівняно високою рентабельністю переробки аграрної сировини в Україні

Від початку нового етапу війни в Україні суттєвого скорочення зазнали оптова та роздрібна торгівля, промисловість і транспорт. Найбільше скорочення основних сфер економіки відбулось в перший місяць широкомасштабного вторгнення. Діяльність у галузях торгівлі, промисловості, будівництва та транспорту значно скоротилась через значний відтік робочої сили та закриття підприємств у зв'язку із близькістю до територій активних воєнних дій. Крім того, було зруйновано ланцюги постачання продукції, значно обмежено логістику, втрачено ринки збуту, зменшилась купівельна спроможність населення. Через руйнування внаслідок ворожих обстрілів з'явився дефіцит пристосованих складських приміщень для зберігання продукції. Воєнні дії, порушення логістики, дефіцит поставок та виробництва деяких товарних груп призвели до значного зростання індексу споживчих цін. Після відведення військ російської федерації з Київської області почалося відновлення роботи торгових роздрібних мереж та будівництва. У зв'язку з масовим поверненням мешканців до Києва та області збільшився попит на продовольчі товари. Завдяки ремонту пошкоджених у передмісті доріг частково відновлено розірвані ланцюги постачання. Це сприяло відновленню роботи підприємств харчової промисловості. Через невизначеність загальної макроекономічної ситуації у країні та побоювання іноземних інвесторів щодо повторних бойових дій та/або руйнувань у ході ракетних обстрілів Київ та область недоотримає понад 70% прямих інвестицій. Капітальні інвестиції за середньозваженою оцінкою можуть просісти на 55-60%.

Висновки. Під час воєнного стану та в період досягнення рівня безпеки, достатнього для потужного інвестування у відбудову та структурну модернізацію харчової промисловості, важливим є сприяння стабільній роботі наявного комплексу, зокрема у спосіб релокації підприємств із регіонів з високим ризиком поширення воєнних дій, надання цільової кредитної підтримки для відновлення виробництв у безпечніших регіонах, підтримання сталого логістичного забезпечення, формування альтернативних шляхів транспортування експорту тощо.

4. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства

Анастасія Дідора, Ольга Ткаченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному висококонкурентному бізнес-середовищі ефективна маркетингова діяльність є важливою для стимулювання зростання бізнесу. Підприємства повинні постійно шукати нові шляхи покращення своєї маркетингової ефективності та зацікавлення цільової аудиторії. Розробка комплексних заходів є одним із підходів, який можна використати для досягнення цієї мети. Ці заходи охоплюють низку стратегій і методів, призначених для оптимізації маркетингової ефективності та максимізації впливу.

Матеріали та методи. Матеріали - наукові праці з даної тематики. Застосовані методи аналізу та синтезу; логічного узагальнення.

Результати. Щоб посилити свою маркетингову діяльність, підприємства можуть використовувати різноманітні стратегії та методи, включаючи дослідження ринку, розробку продукту, стратегії ціноутворення, рекламу та цифровий маркетинг. Застосовуючи комплексний підхід, який включає численні маркетингові методи, компанії можуть досягти більшого впливу та охопити ширшу аудиторію.

Дослідження ринку є важливою складовою комплексних маркетингових заходів, що дозволяє підприємствам краще зрозуміти потреби та переваги клієнтів. Розробка продукту — ще одна важлива техніка, яка дозволяє підприємствам створювати продукти, які відповідають конкретним потребам цільової аудиторії. Стратегії ціноутворення також мають вирішальне значення, оскільки вони дозволяють підприємствам визначати оптимальну ціну на свої продукти чи послуги.

Крім того, реклама та цифровий маркетинг можуть бути дуже ефективними для охоплення нових клієнтів і залучення потенційних клієнтів. Ці методи охоплюють низку підходів, від традиційних методів реклами, таких як рекламні щити та друковані засоби масової інформації, до сучасних методів, таких як реклама в соціальних мережах та маркетинг впливових осіб. [1] Дослідження показали, що підприємства, які вживають комплексних заходів, з більшою ймовірністю досягнуть своїх маркетингових цілей і сприятимуть зростанню. Інвестуючи в дослідження ринку та розробку продукту, компанії можуть створювати продукти, які відповідають конкретним потребам цільової аудиторії. Стратегії ціноутворення можна використовувати для оптимізації ціноутворення та максимізації прибутку, тоді як реклама та цифровий маркетинг можуть бути дуже ефективними для охоплення клієнтів і залучення потенційних клієнтів. [2]

Крім того, комплексні заходи можуть допомогти підприємствам виділитися серед своїх конкурентів і створити сильну ідентичність бренду. Розробивши унікальну ідентичність бренду та використовуючи його послідовно в усіх маркетингових каналах, компанії можуть створити впізнаваність бренду та лояльність.

Висновок. Розробка комплексних заходів є важливою для сучасних підприємств, які прагнуть посилити свою маркетингову діяльність і стимулювати зростання. Застосовуючи комплексний підхід, який включає численні маркетингові методи, компанії можуть досягти більшого впливу та охопити ширшу аудиторію. Комплексні заходи можуть допомогти підприємствам виділитися серед конкурентів, оптимізувати ціни та створити сильну ідентичність бренду.

Література

1. Абрамович І. А. Формування напрямів та основні завдання маркетингу URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=895>
2. Смирнова Т. І. Маркетингові дослідження: навіщо та як проводити URL: <https://ua.gbc-time.com/marketingovi-doslidjennya-navisho-ta-yak-provoditi>

5. Особливості запровадження на підприємстві комерційної таємниці як основного елементу економічної безпеки

Марія Давидчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Запровадження комерційної таємниці на підприємстві є важливим елементом економічної безпеки, оскільки дозволяє захистити конфіденційну інформацію, яка може стати об'єктом витоку або використання з боку конкурентів або шахраїв.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові методи: аналізу, узагальнення.

Результати. Основні особливості запровадження комерційної таємниці на підприємстві такі:

1. *Визначення категорій інформації, що підлягає захисту як комерційна таємниця.* До категорій інформації, що може бути визнана комерційною таємницею, відносяться технології виробництва, розробки, наукові розробки, бізнес-плани, фінансові документи, персональні дані, технічна документація тощо.

2. *Розроблення політики комерційної таємниці.* Політика комерційної таємниці повинна включати правила та процедури, що регулюють доступ до конфіденційної інформації, її використання, зберігання та передачу. Також в ній повинні бути визначені відповідальні особи та процедури у разі витоку комерційної таємниці.

3. *Захист інформації на всіх етапах її життєвого циклу.* Комерційна таємниця повинна бути захищена на всіх етапах її життєвого циклу - від збору та обробки до зберігання та передачі. Для цього можуть використовуватися різні технічні та організаційні заходи - від криптографічних методів до контролю доступу до інформації та моніторингу використання даних

4. *Навчання персоналу з питань комерційної таємниці.* Працівники повинні бути ознайомлені з політикою комерційної таємниці та правилами її захисту, а також знати, яка інформація є комерційною таємницею та як її захищати.

5. *Встановлення відповідальності за порушення режиму комерційної таємниці.* На підприємстві повинні бути встановлені відповідальні особи та процедури у разі порушення режиму комерційної таємниці, включаючи дисциплінарні та юридичні наслідки.

6. Регулярне оновлення політики комерційної таємниці. Політика комерційної таємниці повинна оновлюватися з регулярністю, щоб враховувати зміни в законодавстві, технологіях та бізнес-процесах на підприємстві.

7. *Використання зовнішніх експертів.* Підприємство може звернутися до зовнішніх експертів, щоб отримати рекомендації з питань захисту комерційної таємниці та оцінки потенційних загроз.

8. *Створення культури безпеки.* На підприємстві повинна бути створена культура безпеки, яка включає в себе відповідальне ставлення до комерційної таємниці, взаємодію між працівниками з питань безпеки та створення умов для забезпечення безпеки інформації.

Висновки. Загалом, запровадження комерційної таємниці на підприємстві є важливим елементом забезпечення економічної безпеки. Це допомагає захистити конфіденційну інформацію підприємства від несанкціонованого доступу та витоку, забезпечити конкурентну перевагу на ринку та зберегти інтелектуальну власність підприємства. Правильне запровадження комерційної таємниці дозволить підприємству захистити свої інтереси та зберегти конфіденційність своїх бізнес-процесів та інформації, що може бути важливим фактором успіху на ринку.

Науковий керівник Іванюта Т.М.

6. Прибутковість підприємств в умовах пандемії covid-19

Сергій Горбач

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Основним показником, що характеризує ефективність діяльності підприємства, є прибуток. Прибуток є джерелом подальшого функціонування та розвитку підприємств, який накопичується у вигляді резервних фондів. Вирішення проблем відновлення діяльності підприємств в умовах карантинних обмежень і пошуку шляхів підвищення прибутковості є особливо актуальним в сучасних умовах пандемії COVID-19.

Матеріали та методи. Матеріали - наукові праці з даної тематики. Застосовані методи аналізу та синтезу; логічного узагальнення.

Результати. У 2020 році проведено дослідження ефективності діяльності вітчизняних підприємств в умовах запровадження карантинних обмежень, спричинених пандемією COVID-19, що проводилося під егідою Аналітичного центру економіко-правових досліджень та прогнозування. Серед вибірки опитаних вітчизняних підприємств виявлено такі тенденції [1]. В результаті введення карантину вітчизняні підприємства заморожують інвестиційні та виробничі ланцюжки. Разом з тим, 81 % опитаних підприємств були змушені змінити операційну діяльність, щоб захиститися від впливу пандемії COVID-19 та не призупинити діяльність, продовжувати отримувати, хоч і менші прибутки [2].

Для забезпечення зростання прибутковості в умовах карантинних обмежень вітчизняним підприємствам необхідно знайти невикористані можливості збільшення резервів і можливості зростання прибутку, а очікувати тільки на державну підтримку. Резерв – це «запас у формі матеріальних та/або грошових цінностей, який формується для покриття очікуваних витрат та/або збитків із метою забезпечення стабільності діяльності суб'єкта господарювання» [3]. Формування облікових резервів забезпечить стабільність та ефективність функціонування підприємства в умовах пандемії COVID-19; реальну оцінку статей активу балансу; перевищення доходів над витратами підприємства; уточнення оцінки капіталу та зобов'язань підприємства.

Висновки. Таким чином, в умовах періодичного введення карантинних обмежень, спричинених пандемією COVID-19, підвищення прибутковості вітчизняних підприємств можливе за умови розробки та впровадження низки заходів, які є унікальними для кожного підприємства; використання невикористаних резервів підвищення прибутку; врахування досвіду роботи закордонних підприємств в умовах карантинних обмежень.

Література

1. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України Кабінетне дослідження. Аналітичний звіт. *Громадська організація «Центр прикладних досліджень»*. 2020. Вилучено з: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904/> (дата звернення 25.11.2021).

2. Бізнес та COVID-19: вижити не можна померти. *Аналітичний центр економіко-правових досліджень і прогнозування*. 2020. Вилучено з: https://fru.ua/images/doc/analitics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf (дата звернення 25.11.2021).

3. Падій І. О. Економічний зміст і функціональні завдання резервів та забезпечень на підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Випуск 21, частина 2. Вилучено з: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/21_2_2018ua/12.pdf

7. Можливий вплив війни на екологічну безпеку України

Марія Давидчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Війна – це явище, що призводить до серйозного впливу на навколишнє середовище. Природні ресурси часто використовуються нерозумно та надмірно, що може призвести до їх вичерпання та неповерненої втрати.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення та систематизації.

Результати. Деякі з наслідків впливу війни на природу включають:

1. *Знищення екосистем:* воєнні дії можуть призвести до знищення водних екосистем – загибелі риби та інших водних тварин, що унеможлиблює ведення господарської діяльності, пов'язаної із використанням водних ресурсів, такої як рибальство.

2. *Забруднення довкілля:* можливе застосування різних видів зброї, зокрема хімічної, забруднює повітря, воду та ґрунт, призводить до тяжких наслідків для здоров'я людей та навколишнього середовища. Руйнування інфраструктури, мостів та гідротехнічних споруд призводить до затоплення прилеглих територій та забруднення води через витік нафти, відходів та інших отруйних речовин.

3. *Втрата біорізноманіття:* воєнні дії можуть спричинити відсутність догляду за заповідними територіями, заборону на дослідження та моніторинг різних видів, що призводить до втрати даних про стан природи та розмірів втрат біорізноманіття.

4. *Вплив на здоров'я людей* проявляється у фізичних, психологічних, так і соціальних наслідках. Фізичні наслідки впливу пов'язані із травмами, які можуть виникнути в результаті безпосередньої дії зброї, а також відсутність доступу до якісних медичних послуг. Психологічні наслідки війни пов'язані з розвитком посттравматичного стресового розладу (ПТСР), депресії, тривожності та інших психічних розладів, які можуть супроводжувати людей протягом всього життя. Крім того, війна може призвести до розриву соціальних зв'язків, що може викликати почуття самотності та відчуження, зниження рівня життя та зростання бідності.

5. *Зниження продуктивності та родючості ґрунту:* хімічні речовини, які використовуються в зброї, можуть призвести до зниження рівня родючості ґрунту та його можливості забезпечувати життєдіяльність рослин. Як наслідок, погіршення умов сільського господарства, зменшення виробництва продуктів харчування та зростання їх дефіциту, посилення голоду, погіршення економічної ситуації країни.

6. *Вплив на клімат:* воєнні дії призводять до знищення рослинності та внаслідок цього - зменшення кількості кисню та збільшення вмісту вуглекислого газу, який виділяється в атмосферу. Знищення промислових об'єктів, вибухи боєприпасів можуть спричинити викиди в атмосферу великої кількості шкідливих речовин, таких як діоксини та оксиди азоту, які можуть мати шкідливий вплив на здоров'я людей та природу. Крім того, під час вибухів боєприпасів формуються пилові хмари, що можуть привести до зменшення кількості сонячної радіації, що досягає поверхні Землі. Як наслідок, змінюються кліматичні умови та виникає ефект «парникового газу».

Висновки. Варто зазначити, що війна є величезною загрозою для нашої екології, природних ресурсів, клімату та безпосередньо здоров'я. Зменшити вплив наслідків війни на екологію можна шляхом використання екологічно чистих технологій та збільшення енергоефективності, зменшення використання небезпечних хімічних речовин та боєприпасів. Також важливо зберігати природні ресурси та біорізноманіття для майбутніх поколінь, і працювати над відновленням екосистем після війни.

Науковий керівник Михайлик О.М.

8. Сучасні методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів як передумова оцінки грошових потоків підприємства

Аліна Косянчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективна оцінка інвестиційних проєктів має вирішальне значення для компаній, які прагнуть оптимізувати свої грошові потоки та максимізувати прибутковість.

Матеріали і методи. Щоб досягти ефективно оцінки, компанії повинні використовувати низку методів, які дозволяють їм оцінити потенційну прибутковість і ризики, пов'язані з їхніми інвестиційними рішеннями. Тому доцільно дослідити різні сучасні методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів як передумови оцінки грошових потоків компанії.

Результати. Дослідження використовує змішаний підхід із використанням як кількісних, так і якісних даних для вивчення ефективності різних методів оцінки інвестицій. Кількісні дані включають аналіз фінансових звітів та інших відповідних документів для розрахунку ключових фінансових показників, включаючи чисту приведену вартість, внутрішню норму дохідності, період окупності та індекс прибутковості, економічну додану вартість та ін. Якісні дані охоплюють інтерв'ю з ключовими зацікавленими сторонами в процесі прийняття інвестиційних рішень, включаючи керівників вищої ланки, менеджерів проєктів і фінансових аналітиків.

Умовно методи можна поділити на такі групи: 1) традиційні методи оцінки на основі визначення співвідношення між грошовими надходженнями та витратами; 2) методи оцінки результатів діяльності, що здійснюються на основі бухгалтерської звітності; 3) дисконтні методи, що ґрунтуються на основі теорії часової вартості грошей.

Результати дослідження показують, що хоча кожен метод оцінки має свої сильні та слабкі сторони, поєднання методів часто є найефективнішим підходом для оцінки інвестиційних проєктів. Крім того, дослідження підкреслює важливість узгодження інвестиційних рішень із загальними стратегічними цілями компанії, а також регулярного перегляду та оновлення методів оцінки інвестицій для забезпечення їх постійної актуальності та ефективності.

Висновки. На завершення, в даному дослідженні було представлено загальне уявлення про сучасні методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів та їх роль як передумови для оцінки грошових потоків компанії. Дослідження підкреслює необхідність для компаній ретельно оцінювати свої інвестиційні рішення та використовувати низку методів для забезпечення найбільш точної оцінки потенційної прибутковості та ризиків. Результати цього дослідження мають практичне значення для компаній, які прагнуть оптимізувати свої інвестиційні рішення та максимізувати свою довгострокову прибутковість.

Література

1. Романова Т.В., Кучер Я.В. (2014) Напрямки підвищення ефективності інвестиційної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3538>.

Науковий керівник Михайлик Ольга

9. Проблеми функціонування нової моделі ринку електроенергії України

Максим Шульга, Інна Ковальчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. 1 липня 2019 року Україна перейшла на нову модель енергетичного ринку, яка кардинально змінила процес реалізації електроенергії та існуючі зв'язки на відповідному ринку. Головною метою провадження нової моделі стало створення добросовісної конкуренції між виробниками і постачальниками електроенергії за рахунок усунення монополії держави.

Матеріали та методи. Матеріалом - спеціалізовані періодичні видання, звітність основних енергогенеруючих компаній України, відповідна нормативно-правова база, а також інші доступні інформативні джерела щодо досліджуваної тематики.

Результати. Раніше всі генеруючі компанії продавали електроенергію єдиному державному покупцю – ДП «Енергоринок» за встановленою ціною, яка окремо встановлювалась для кожного виробника. На наступному етапі з'являються розподільчі компанії, які викупували електроенергію у «Енергоринку» та постачали споживачам за відповідними тарифами.

З введенням нової моделі «Енергоринок» було реформовано, на його базі сформовано державне підприємство «Гарантований покупець», відповідальне за закупівлі електроенергії у визначеного переліку виробників та роботу деяких сегментів нового ринку.

Механізм дії нового ринку електроенергії та деякі проблеми його функціонування розглянемо на прикладі ДП НАЕК «Енергоатом». Підприємство разом з іншою енергогенеруючою компанією ПрАТ «Укргідроенерго» мають забезпечувати населення дешевою електроенергією. Таким чином компанії продають 80% атомної і 35% гідроенергії ДП «Гарантований покупець». При цьому розрахунки відбуваються за мінімально допустимою ціною, яка встановлюється державою, та фактично майже дорівнює собівартості виробництва електроенергії. Крім того ДП «Гарантований покупець» закуповує у виробників «зелену» електроенергію, за тарифами, що є одними з найвищих в світі. Отримана таким чином сукупність дешевої гідро та атомної енергії реалізується на ринку, що дозволяє розраховуватись з виробниками «зеленої» енергії за гарантованими державою найвищими тарифами та забезпечити населення дешевою електроенергією, проте за рахунок державних «Енергоатому» та «Укргідроенерго».

Регулює реалізацію на ринку на добу вперед та внутрішньодобовому ринку державне підприємство «Оператор ринку», що фактично виконує роль торгової біржи. На ній реалізують електроенергію ДП «Гарантований покупець», недержавні трейдери та інші виробники.

На балансуємому ринку реалізуються об'єми електроенергії, які виходять за межі щоденних прогнозів виробництва та споживання. За сей сегмент ринку відповідає державна компанія «НЕК «Укренерго». Цей сегмент ринку існує для підтримання балансу на загальному ринку електроенергії, тобто запобігає його колапсу.

Висновки. Нова модель ринку електроенергії України періодично потерпає від махінацій окремих компаній, пов'язаних з маніпулюванням показників попиту і пропозиції та використанням особливостей діяльності енергетичного ринку. ДП «Оператор ринку» та інші відповідальні за регуляцію ринку установи проводять розслідування відомих випадків махінацій та приймають відповідні рішення для їх запобігання в подальшому, проте деякі схеми протиправного використання механізмів енергетичного ринку нанесли значної шкоди для низки державних генеруючих компаній.

10. Реформування податкової системи України

Марія Давидчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Податкова система України має бути реформована для забезпечення ефективної роботи уряду, стимулювання розвитку бізнесу та створення сприятливого інвестиційного клімату.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові методи: аналізу, узагальнення та систематизації.

Результати. Для досягнення зазначених цілей можуть бути запропоновані наступні заходи:

1. Спрощення податкової системи: зменшити кількість податків та зборів, зокрема, за допомогою зведення їх до трьох-чотирьох видів; зменшити адміністративні бар'єри і зробити процедуру сплати податків більш зрозумілою та простою.

2. Підвищення прозорості та відкритості: забезпечити доступність та публічність інформації про податки та збори, внести зміни до законодавства щодо оподаткування, а також забезпечити належну взаємодію з платниками податків та бізнес-спільнотою.

3. Стимулювання розвитку бізнесу: необхідно зменшити податковий тягар на бізнес та створити сприятливі умови для розвитку малих та середніх підприємств шляхом запровадження податкових пільг та знижок на певні види діяльності, а також забезпечення більш високий рівень захисту прав підприємців.

4. Боротьба з податковими ухиляннями: необхідно підвищити рівень контролю за сплатою податків та зборів, а також зменшити можливість ухилення від їх сплати. Для цього можуть бути запроваджені нові технології контролю та моніторингу платежів, а також зміцнені санкції за порушення законодавства про податки.

5. Зниження податкового навантаження: можна розглянути питання зниження ставок податків та зборів, зокрема, податку на прибуток підприємств. Це стимулюватиме більшу активність підприємств та зменшувати відтік капіталу з країни.

6. Залучення інвестицій: необхідно сприяти залученню іноземних та вітчизняних інвестицій в економіку. Для цього можна запровадити податкові пільги та знижки на інвестиції, а також забезпечити більш високий рівень захисту прав інвесторів.

7. Розвиток електронної системи оподаткування: використання сучасних технологій може зменшити витрати на оподаткування та зробити процес більш зручним та прозорим. Для цього можна запровадити електронні сервіси для платників податків та спростити процедуру подання звітності.

8. Боротьба з тіньовим сектором: важливо зменшити обсяг тіньової економіки та збільшити доходи держави. Для цього можна запровадити ефективний механізм контролю за оподаткуванням та забезпечити більшу відповідальність за порушення законодавства.

9. Підвищення ефективності використання бюджетних коштів та уникнення корупційних схем. Для цього можна запровадити систему моніторингу та аудиту витрат, а також забезпечити більшу відкритість та прозорість управління державними коштами.

Висновки. Реформування податкової системи України є важливим завданням для забезпечення сталого економічного розвитку країни, зменшення тіньової економіки та забезпечення більш високого рівня соціального захисту населення. Для цього необхідно вжити комплексу заходів, зокрема, підвищення ефективності податкового адміністрування, зменшення податкових пільг та створення сприятливих умов для бізнесу та інвестицій.

Науковий керівник Ковальчук Інна

11. Вивчення взаємозв'язку між економічним розвитком та соціально-економічною стабільністю населення країни

Поліна Халіменко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вивчення взаємозв'язку між економічним зростанням та соціально-економічною стабільністю населення є важливою проблемою сучасного світу. Умови життя людей і їх рівень благополуччя залежать від багатьох чинників, включаючи економічне зростання.

Матеріали і методи. Дослідження проводились з використанням загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: системного аналізу та синтезу інформаційних матеріалів, спостереження та теоретичного узагальнення.

Результати дослідження. Дослідження показало, що взаємозв'язок між економічним розвитком та соціально-економічною стабільністю населення країни є двостороннім. З одного боку, економічний розвиток може позитивно вплинути на соціальну стабільність, забезпечуючи населенню достатній рівень доходів та працевлаштування, що зменшує соціальну напругу та ризики конфліктів.

З іншого боку, соціальна стабільність може вплинути на економічний розвиток країни, створюючи сприятливу атмосферу для бізнесу та інвестицій. Населення, яке має достатній рівень освіти та медичної допомоги, може бути більш продуктивним та креативним, що сприяє розвитку інновацій та технологій.

Крім того, досліджено, що економічний розвиток може мати негативний вплив на деякі аспекти соціальної стабільності, наприклад, порушення навколишнього середовища, підвищення нерівності доходів та ефективну експлуатацію природних ресурсів.

Також було показано, що економічний розвиток країни може мати різний вплив на соціально-економічну стабільність населення залежно від політики, яка використовується для регулювання економіки. Наприклад, деякі країни зосереджуються на збільшенні економічного зростання, не звертаючи уваги на соціальний захист населення, що може призвести до зростання соціальної напруги та нестабільності. У той же час інші країни надають переваги соціальному захисту населення, що може зменшити швидкість економічного розвитку, але зберегти стабільність та знизити соціальну напругу.

Висновки. Отже, для забезпечення соціально-економічної стабільності населення необхідно встановити баланс між економічним розвитком та соціальним захистом, використовуючи раціональну політику регулювання економіки. Такий підхід може допомогти досягти сталого економічного розвитку, забезпечити стабільність та зменшити соціальну напругу в країні.

Науковий керівник Іванюта Тетяна

12. Харчова промисловість в умовах війни

Вероніка Гергалю, Тетяна Іванюта

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Війна вносить корективи у всі галузі економіки, особливо важко це стає для харчової промисловості. Умови війни призводять до суттєвих змін на ринку та змушують харчові підприємства шукати способи адаптації до нових умов.

Матеріали і методи. У статті визначено проблеми, з якими стикнулися харчові підприємства та проаналізовано особливості змін в роботі цих підприємств. За основу дослідження було обрано метод аналізу та узагальнення.

Результати. З початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України збитки харчових підприємств склали 1 млрд дол. США (12,8% від загального обсягу збитків в галузі промисловості). [1]

У березні 2022 року внаслідок обстрілу постраждало приміщення ТОВ «ТЕХЕНЕРГОТРЕЙД» та ТОВ «ФІШЕРР» Київської області. Продукти харчування, що зберігалися на той момент, були непридатні до вживання і підлягали знищенню. Суттєво постраждало і підприємство «Оболонь». З введенням воєнного стану було заборонено продаж алкоголю, як результат - виробництво пива на підприємстві в березні становило лише 6,5% від тогорічного виробництва за той самий місяць. А деякі виробничі майданчики переорієнтувалися тільки на виробництво питної води. При першому послабленні умов продажу алкоголю, його виробництво зросло майже на 70% порівняно з аналогічним періодом минулого року.[2]

Війна стала випробуванням для харчових підприємств. Необхідно було забезпечити достатню кількість продуктів харчування для населення та військових.

Основними рішеннями, які допомогли забезпечити стабільність роботи харчових підприємств в умовах війни були перехід на локальне виробництво та введення нових технологій, що дали змогу знизити витрати на закупівлю продуктів і збільшити продуктивність. Замість імпорту компанії почали активно використовувати місцеві ресурси та сировину. Також харчові підприємства проводять ребрендинг продукції, яке має позитивний вплив. Прикладом є «Ласунка», «Лукас», «Київхліб» та інші.

З жовтня Росія здійснила атаки на енергетичну інфраструктуру України. Як наслідок, тільки у Києві та області виникла нестача електроенергії. Харчова промисловість має високі вимоги до безпеки продукції, і відсутність електропостачання може порушити виробничі процеси та призвести до величезних збитків. Але і з цими випробуваннями наші підприємства впорались – скорегували процеси під графіки відключень електроенергії, закуповували генератори та подали запит до Кабміну на «особливе енергетичне ставлення» і внесення їх до переліку об'єктів критичної інфраструктури.

Висновки. Харчова промисловість відновлює показники виробництва до рівня довоєнного часу. Здатність вітчизняних підприємств адаптуватись під сучасні реалії і налагодження виробничих процесів є добрим знаком для економіки - люди можуть знайти роботу, а країна може збирати податкові надходження для потреб збройних сил та відновлення країни.

Література

1. М. Мороз, Є. Бондаренко – Збитки промисловості через війну, 2022. URL:<https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu/>
2. Agravery - "Оболонь" працює в умовах воєнного часу і виводить на ринок новий продукт, 2022. URL:<https://agravery.com/uk/posts/show/obolon-pracue-v-umovah-voennogo-casu-i-vivodit-na-rinok-novij-produkt>

13. Логістична діяльність в умовах воєнного стану

Давидчук Марія

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективна логістична діяльність в умовах воєнного стану забезпечує поставки товарів, обладнання та матеріалів для армії та цивільних населення, забезпечення медичної допомоги та інші нагальні потреби.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові методи: аналізу, порівняння, узагальнення та систематизації.

Результати. Умови воєнного стану значно ускладнили логістичну діяльність за рахунок обмеження у пересуванні товарів та матеріалів через введення контролю на дорогах та інших комунікаціях. Крім того, існує ризик переривання поставок через знищення інфраструктури та інших об'єктів, необхідних для проведення логістичних операцій. Для успішної логістичної діяльності в умовах воєнного стану, необхідно мати добре організовану та забезпечену систему поставок, що забезпечує доставку необхідних товарів та матеріалів до військових та цивільних об'єктів. Логістика гуманітарної допомоги відіграє важливу роль у забезпеченні потреб населення, яке потерпає від війни. Гуманітарна допомога може включати в себе продукти харчування, медикаменти, паливо, будівельні матеріали та інші необхідні ресурси. Вона може бути вкрай складною в умовах військових дій, оскільки можуть існувати обмеження на переміщення людей та вантажів. Крім того, може бути складно забезпечити безпеку персоналу, який займається доставкою гуманітарної допомоги.

Для успішного результату військовими можуть використовуватися різні методи, зокрема: 1) Створення тимчасових складів на передовій. 2) Використання військової техніки для доставки гуманітарної допомоги. 3) Організація конвоїв та охоронних супроводів. 4) Використання інформаційної розвідки. 5) Організація зон безпеки. 6) Використання сучасних технологій. 7) Підготовка персоналу: необхідно забезпечити персоналу необхідні знання та навички щодо захисту від можливих загроз, які можуть виникнути під час логістичної діяльності військової допомоги. Найважливіший ресурс це люди тому приділяти багато уваги саме навчанню та безпеці. 8) Співпраця з міжнародними гуманітарними організаціями: це дозволяє забезпечити потреби в продуктах харчування та медикаментах тощо.

За військового стану логістичні компанії та організації повинні діяти швидко та ефективно, а також дотримуватися всіх правил та обмежень, що стосуються переміщення товарів та матеріалів, щоб не нашкодити військовим операціям та життю громадян. Більше того, вона відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні потреб військових підрозділів, які беруть участь у бойових діях. Вона включає в себе планування, організацію та контроль за рухом вантажів та персоналу, що забезпечує безперебійне функціонування військових підрозділів.

Логістика військової допомоги може бути ускладнена або неможлива через обмеження на переміщення вантажів та персоналу через зону бойових дій, а також через забезпечення безпеки доставки допомоги. Проте, забезпечення військових підрозділів допомогою необхідних ресурсів є критично важливою задачею, тому логістика військової допомоги є невід'ємною частиною військової стратегії.

Висновки. Найважливішим для логістичних компаній сьогодні це мати гнучку та швидку систему постачання, зосередження уваги на безпеці персоналу. Варто використовувати захисні засоби, проводити тренінги з техніки безпеки та інструктування персоналу, навчати базовим знанням до медично допомоги та тактичних дій у випадках небезпеки.

Науковий керівник Макаревич Ольга

14. Вплив війни на формування інтелектуального капіталу

Ольга Макаревич

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інтелектуальний капітал галузей формується за рахунок людського ресурсу та здатності його до розумової активності з метою підвищення ефективності діяльності або створення нових форм задіяння наявних ресурсів, де вагома роль знань.

Матеріали і методи. Під час дослідження використано методи аналізу і порівняння, узагальнення і систематизації, наукової абстракції і статистики.

Результати. Війна внесла корективи у весь життєвий простір і освітній процес. ЗВО були змушені перейти повністю у дистанційний формат праці (всі ЗВО спростили умови складання державних іспитів, МОН створив лояльні умови отримання освіти під час військового стану тощо). Частина освітніх закладів змінила географію. У зонах активних бойових дій (Харківська, Чернігівська, Сумська, Донецька, Миколаївська області та Київ) постраждали будівлі ЗВО. За даними МОН, 3156 закладів освіти постраждали від бомбардувань та обстрілів; 370 з них зруйновано повністю [4]. Деякі ЗВО постраждали більше за інші, наприклад, ХНУ імені Каразіна повідомив, що пошкоджені майже всі його будівлі. План перенесення освітніх закладів було застосовано за потребою (посприяв досвід з 2014 р.).

З України виїхали переважно жінки і діти, чому посприяли обмеження для чоловіків віком 18-60 років. За оцінкою МОН із загальної кількості вимушено покинуло країну 2,5 млн осіб – діти шкільного віку, студенти коледжів і технікумів, здобувачі ЗВО, а також додатково 22 тис осіб – вчителі і педагоги [1]. Відтік учнівської і студентської молоді майже 40%. Це стає очевидним звернувши увагу на статистичні дані: кількість учнів ЗОШ в Україні у 2020-2021 н.р. – 4,2 млн осіб, студентів ЗВО – 1,1 млн осіб, фахової передвищої освіти – 0,17 млн осіб, учнів професійно-технічних закладів – 0,25 млн осіб [4].

Втрати людського капіталу через примусову «евакуація» громадян України до Росії внаслідок окупації територій. За даними, які оприлюднила Уповноважена ВР із прав людини Людмила Денісова у своєму телеграм каналі з України, до Росії було переміщено 808 тис. осіб, з них 147 тис. осіб – діти різного віку включаючи немовлят (16.04.2022 р.) [2]. ЗМІ зазначають, що кількість депортованих до Росії українських громадян 1 002 429 осіб, у тому числі 183 168 дітей (28.04.2022 р.) [3].

Освітняни і здобувачі поповнити лави добровольців у складі ЗСУ, волонтерського руху тощо.

Висновки. Розглянуто лише невелику частину впливу війни на формування інтелектуального капіталу, але стає очевидним масштабність згубності процесу. Відновлення майна за наявності ресурсів це питання часу, а невідворотні втрати людського ресурсу, які не відновити — трагедія для української нації.

Література.

1. Біженцями стали 22 тисячі українських вчителів. Конкурент. 14.04.2022. URL: <https://konkurent.ua/publication/93799/bizhentsyami-stali-22-tisyachi-ukrainskih-vchiteliv-shkarlet/> (date: 15.03.2023 р.).

2. Денісова Л. Телеграм канал. 18.04.2022 р. URL: <https://xn--80affa3aj0al.xn--80asehdb/>

3. Диняк А. Росія визнала примусову депортацію українців. Львівський портал. 28.04.2022. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2022/04/28/rosiia-vyznala-prymusovu-deportatsiiu-ukraintsiiv> (date: 15.03.2023 р.).

4. Держслужба статистики України. 2022. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

20.4.

Human resources management in enterprise activities

Chairperson – professor Tamara Berezyanko

Secretary – associate professor Lyubov Tertychna

20.4.

Менеджмент персоналу в діяльності підприємств

Голова – професор Тамара Березянко

Секретар – доцент Любов Тертична

1. Світовий досвід нормування праці на підприємствах

Тетяна Анагієнко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Переважна більшість сучасних методів нормування праці була розроблена іноземними спеціалістами, тому їх використання у вітчизняній практиці потребує подальшого вивчення та адаптації.

Матеріали і методи. В роботі використано результати напрацювань українських авторів щодо вивчення світових практик нормування праці на підприємствах, які були оброблені загальнонауковими методами.

Результати. Нині в США та більшості країн ЄС домінують різноманітні системи мікроелементного нормування праці [1]: американські Methods Time Measurement System (MTM та її модифікації MTM-1, MTM-2, MTM-3 тощо) і Work Factor System (WF), канадська Basic Motion Time Study System (BTM), австралійська MODAPTS, Basic Motion Time Study System (BTM), розроблена компанією *General Electric*. Всі вони характеризуються максимальним рівнем точності отриманих результатів, порівняно зі стандартним хронометражним спостереженням. Крім систем мікроелементного нормування, в зарубіжних компаніях активно практикується еталонне нормування методом бенчмаркінгу (еталонного порівняння). Тут мова йде про внутрішній бенчмаркінг, який передбачає проектування і розробку раціональних норм часу на виконання певних операцій шляхом співставлення норм часу кожного працівника (відділу) із еталоном (бенчмаркою) – нормою праці найбільш продуктивного працівника (відділу) на конкретному підприємстві.

Для проведення замірів робочого часу та їх подальшої якісної обробки за кордоном створюються багатофункціональні програмні продукти, налаштовані виключно під потреби нормування праці (в Україні для цих цілей використовується, здебільшого, стандартне програмне забезпечення Microsoft Office чи Mathcad). Наприклад, WorkStudy+ від канадського виробника Quetech Ltd [2], клієнтами якого є понад 20% корпорацій зі списку Fortune 500, зокрема, Amazon, Nike, Deloitte, PepsiCo, Intel та інші. Це програмне забезпечення оснащено вбудованим таймером, який економить, як мінімум, половину часу на заміри методом хронометражу порівняно з секундоміром і усуває етап ручного введення даних; дозволяє робити заміри одразу декількох трудових процесів одночасно і відео дослідження часу; створювати статистичні звіти спостережень для подальшого аналізу тощо.

Висновки. Адаптація зарубіжного досвіду нормування праці до реалій вітчизняних підприємств, особливо з використанням сучасних інформаційних технологій, матиме вагоме значення для підвищення ефективності їх діяльності.

Література

1. Кифяк В. І., Тодорюк С. І., Борис Р. Р. Імплементация сучасних підходів нормування робочого часу на підприємствах. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.50 (дата звернення: 19.03.2023).
2. WorkStudy+ Features. *Quetech Ltd*. URL: <https://www.quetech.com/workstudy-features> (дата звернення: 19.03.2023).

2. Діджиталізація HR-процесів в менеджменті персоналу

Лідія Васильєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одними з найбільш важливих процесів на сучасних підприємствах є HR-процеси, від ефективності яких залежить уся сфера управління персоналом.

Матеріали і методи. У цій роботі використано статті українських науковців щодо дослідження діджиталізації HR-процесів в менеджменті персоналу, застосовані методи аналізу та синтезу, логічного узагальнення.

Результати. Діджиталізація у сфері управління персоналом дозволяє автоматизувати низку HR-процесів, які раніше були складними та забирали велику кількість часу в працівників кадрових служб підприємства. Проведений аналіз показав, що нині 9 з 10 компаній уже автоматизували свої HR-процеси [1]. Головною перевагою, яку вони отримали з впровадженням digital-технологій стала оптимізація кадрового обліку, поліпшення внутрішніх комунікацій, підвищення ефективності процесів підбору персоналу та отримання значного масиву інформації для проведення аналітики. Digital-технології дозволяють підвищити ефективність оцінки та навчання персоналу, а також приймати раціональні кадрові рішення.

Дані наведені у науковій праці Н. Данилевич, С. Рудакової, Л. Щетініної та Я. Касяненка [2] дозволили визначити, що найбільш поширеною програмою, яка використовується на більшості вітчизняних підприємств, які взяли участь в опитуванні, є «Hurma». Дане програмне забезпечення призначене для автоматизації сфери управління персоналом. Воно забезпечує здійснення усіх процесів управління персоналом в одній інформаційній системі. Головними перевагами даної програми є її простота, швидкість налаштування, можливість інтеграції з наявним уже на підприємстві програмним забезпеченням, а також невисокою ціною, порівняно з іншим аналогічними продуктами. Ще важливою перевагою програмного забезпечення «Hurma» є те, що вона має здатність адаптуватися до реальних потреб кожного окремого підприємства.

Висновки. Отже, сучасною тенденцією HR-процесів у сучасних реаліях є їх трансформація під впливом активного розвитку IT-сфери та впровадження сучасних інформаційних технологій. Діджиталізація забезпечує автоматизацію HR-процесів підприємства, звільняє працівників їх кадрових служб від виконання малоефективних рутинних операцій, дозволяє зосередити їм на виконанні більш важливих завдань сфери управління персоналом, а також забезпечує вище керівництво належним інформаційним забезпеченням, що дозволяє приймати більш ефективні та оперативні рішення у сфері HR-менеджменту. У подальші роки діджиталізація HR-процесів лише посилиться, а такі негативні чинники як пандемія Covid-19 та війна в Україні лише стимулюють подальшу діджиталізацію.

Література

1. Багацька К., Гейдор А. Бізнес-процеси в умовах діджиталізації економіки. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. С. 23-32.
2. Данилевич Н. С., Рудакова С. Г., Щетініна Л. В., Касяненко Я. А. Діджиталізація HR-процесів у сучасних реаліях. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 3 (64). С. 147-156.

3. Розвиток креативного менеджменту персоналу компанії

Олександра Вашкулат

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Креативний менеджмент – комплекс планомірних дій і вчинків ментора компанії, націлених на нагромадження творчих ідей стосовно вирішення виробничо-господарських питань, усунення їх наслідків тощо, а також активізація креативного піднесення трудового колективу й кожного члена команди окремо.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення; саме дослідження проведено на основі таких матеріалів як статті у фахових виданнях, навчальні посібники, офіційні дані сайтів.

Результати. Креативний менеджмент зосереджений вскбічному виявленні творчих здібностей працівників, в той час як традиційне управління ґрунтується на реалізації людьми чітко прописаних правил і не скерований на маніфестацію ними ініціативи і демонстрації всіх своїх здібностей. Ефективний креативний менеджмент надає змогу компанії побудувати позитивний імідж, збільшити конкурентоспроможність, продуктивніше використовувати обмежені ресурси, посилити прибуток. Саме через це на переважній кількості підприємств керівництво застосовує якраз креативні методи управління, що дають можливість досягнути значної плідотворності компанії. Креативність, як і будь-який напрямок менеджменту можна розвивати і стимулювати [2].

Перед затвердженням адміністративних рішень відповідно до розвитку креативності менеджменту персоналу варто визначити, якими є члени команди, чи здатні вони до творчого розвитку, який стиль керівництва притаманний для тієї чи іншої компанії. Тому слід поетапно визначити методи постановки управлінських рішень стосовно розвитку креативного управління. Отже, для розвитку креативного менеджменту персоналу компанії необхідно: оцінити рівень розвитку організації; провести реінжиніринг бізнес-процесів; створити відповідну творчу атмосферу в компанії; має бути нестандартність мислення та мотивації до творчості; важливим є чіткий механізм доведення ідей до реалізації в компанії.

Таким чином, для того щоб вірно налагодити механізм розвитку креативного менеджменту, керівнику необхідно проаналізувати ситуацію в компанії. Аналіз проводиться відповідно до вказаних вище критеріїв, в ході яких вирішується певне коло питань, що мають відображення на розвитку креативного менеджменту персоналу [1].

Висновки. Креативний менеджмент – це складова інноваційного менеджменту, що націлений на створення умов, необхідних для творчих ідей суб'єктам управління. Розвиток креативного менеджменту персоналу має відбуватися за чітко вибудованою методикою, що в результаті допоможе компанії в забезпеченні конкурентних переваг, стабільності прибутків, ефективності та результативності її діяльності.

Література

1. Башук Т. О., Хижняк М. О. Стимулювання та розвиток креативності в персоналу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2021. № 1. С. 152-158 (дата звернення: 20.03.2023).
2. Продіус О. І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. *Економіка: реалії часу*. № 3-4 (4-5), 2021. С. 67-68 (дата звернення 20.03.2023).

4. Тенденції розвитку діджитал-технологій в менеджменті персоналу

Олександра Вашкулат

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Цифрові технології (digital technology) – охоплюють цифрові пристрої, системи та ресурси, які допомагають створювати, зберігати та керувати даними. Важливим аспектом цифрових технологій є інформаційні технології (ІТ), які несуть у собі комплекс методів та засобів для вирішення управлінських завдань в сфері HR.

Матеріали і методи. Методичну основу даного дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення; саме дослідження проведено на основі таких матеріалів як навчальні посібники, статті у фахових виданнях, офіційні дані сайтів.

Результати. Діджитал-технології в менеджменті персоналу – це єдина інформаційна сфера, що надає можливість поєднати всі суб'єкти управління персоналом і збільшити ефективність їхньої роботи, забезпечити плідне виконання всіх функцій HRM [2]. На сьогоднішній день цифрові технології дозволяють оптимізувати процеси кадрового діловодства, розрахунку заробітної плати та рекрутингу. Є дійсними також цілісні HRM системи, що надають змогу автоматизувати планування потреби в персоналі та проектування професійного успіху працівників, оцінювання персоналу, навчання, мотивацію тощо. Останнім часом діджиталізація на підприємствах все більше зростає і все частіше з'являються нові тенденції розвитку діджитал-технологій. Існує досить велика кількість інноваційних методів цифрових технологій менеджменту персоналу, найголовніші з них можна узагальнити наступним чином:

- підбір персоналу та оцінка діяльності: автоматизація підбору персоналу шляхом застосування E-Staff Recruiter, ATS (система управління кандидатами), технологій блокчейну, чат-ботів, штучного інтелекту, відео інтерв'ю (VCV);

- управління кар'єрою, навчання: TMS (системи управління талантами), LMS (системи управління електронним навчанням), Machine Learning (машинне навчання), гейміфікація, віртуальні заняття, мобільне навчання;

- мотивація і стимулювання, управління ефективністю персоналу: DW (віртуальне робоче місце), PM (управління результативністю), платформи для роботи з віддаленими співробітниками, співробітниками з частковою зайнятістю і фрілансерами;

- управління персоналом: SAP ERP HCM, HR BigData, CHIP (когнітивний інтерфейс особистості), оцінка ефективності персоналу, HURMA [1].

Висновки. Можливості діджитал-технологій підвищують ефективність управління людськими ресурсами, а саме: знижується трудомісткість HR-функцій, форсується прийняття управлінських і кадрових рішень, зростає якість аналітичних даних, покращується можливість прогнозування на поточний і стратегічний періоди; відкривається доступ до найсучасніших технологічних рішень та можливостей планування розвитку персоналу.

Література

1. Збрицька Т. П. Сорока О. В. Управління персоналом в епоху цифрової економіки. *Економіка суспільства*. 2021. № 31 (дата звернення: 25.02.2023).

2. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. I-scoop. URL: <https://cutt.ly/28d1GH7> (дата звернення: 27.02.2023).

5. Використання інформаційних технологій для навчання персоналу підприємства

Ірина Волошина

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для розвитку та ефективної діяльності підприємства вкрай необхідне навчання персоналу. Для цього потрібні не тільки фінансові та часові витрати, а й новітні інформаційно-комунікаційні технології, технології віртуальної реальності.

Матеріали і методи. В дослідженні застосовані методи наукового аналізу і синтезу існуючих розробок науковців в цій сфері.

Результати. Питання впровадження VR-технологій у сучасний навчальний процес сьогодні стоїть дуже гостро. Щоб досягти високої планки у підготовці та перепідготовці кадрів, потрібно йти в ногу з часом. Дистанційні заняття, лекції, семінари та екскурсії давно використовуються як у початковій, так і у вищій школі. Вони активно використовуються в системі підвищення кваліфікації. Але це лише мала частина використання можливостей віртуальної реальності. VR-технології допомагають студенту, робітнику чи іншому фахівцю змоделювати будь-який процес своєї діяльності на виробництві чи в будь-якій іншій сфері діяльності, не залишаючи робочого місця. Широке впровадження віртуальних аудиторій з використанням спеціалізованих окулярів, шоломів, спеціального навчального обладнання дозволить якісно навчати персонал [1].

Чат-бот – це віртуальний співрозмовник, програма, інформація комунікаційна технологія, яка створена для імітації поведінки людини під час спілкування з одним або кількома співрозмовниками. Під час навчання персоналу необхідно автоматизувати отримання та засвоєння нових знань у форматі інтерактивної взаємодії. Кожен співробітник підприємства може мати цілодобовий доступ до віртуального наставника, запросити необхідну інформацію прямо на робочому місці, пройти тестування та закріпити вивчений матеріал. При цьому навантаження на відділ кадрів або навчальний центр підприємства мінімальне.

Багато організацій використовують технології ігрового навчання, щоб заощадити гроші та оптимізувати процес перепідготовки молодих співробітників.

До числа цінних інструментів управління знаннями можна віднести корпоративну соціальну мережу, яка є новою формою спільної роботи сучасної організації. Корпоративна соціальна мережа – портал для певної цільової аудиторії підприємства, побудований за принципом соціальної мережі та містить розширений функціонал для спілкування та взаємодії між учасниками. Корпоративна соціальна мережа може бути розроблена як для співробітників підприємства, так і для її зовнішньої аудиторії – партнерів, дилерів і т. д.

Грід-технології забезпечують стандартний доступ до веб-ресурсів, таких як комп'ютери, банки даних, обладнання для взаємодії та візуалізації та онлайн-інструменти, зокрема інструментарій Globus, SRB і Access.

Висновки. Таким чином підприємству необхідно здійснювати постійне якісне професійне навчання персоналу на основі сучасних інформаційних, віртуальних та інформаційно-комунікаційних технологій.

Література

1. Бодненко Д. М., Яковенко І. В., Кучаковська Г. А., Локазюк О. В. Хмароорієнтовані технології навчання як інструмент системи цифрової підготовки менеджерів. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2022. № 3 (89). С. 131-161. URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/3895>.

6. Когнітивна психологія для HR: оптимізація процесів підбору та оцінки персоналу

Альбіна Горобець, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У той час, коли бізнес все частіше стикається зі зростаючими вимогами до якості персоналу, когнітивна психологія стає важливим інструментом не тільки для HR-менеджерів, а й для усієї компанії в цілому.

Матеріали і методи. У роботі використано теоретичні та емпіричні методи. Теоретичний аналіз проводився з використанням наукових праць зарубіжних учених. Проаналізовано науково-психологічну літературу, а також власний досвід вивчення дисципліни «Основи психології» та навчальних дисциплін професійного спрямування для визначення ключових аспектів впливу когнітивної психології на HR-сферу.

Результати. У сучасному світі бізнесу люди є ключовим ресурсом, проте швидкий темп життя та зростаюча конкуренція вимагає від компаній підходу до підбору, оцінки та розвитку персоналу з максимальною ефективністю. Допомогти з цим зможе психологія, а саме когнітивна психологія.

Когнітивна психологія – це галузь психології, що вивчає психічні процеси і включення: як люди думають, сприймають, запам'ятовують і вчаться. У свою чергу основними завданнями HR-менеджерів є підбір кандидатів, їх оцінка при роботі та можливості поліпшення ефективності праці через навчання та покращення їхніх умов діяльності. Тому, когнітивна психологія є дуже корисною в HR-сфері, зокрема у підвищенні продуктивності персоналу.

Тож, завдяки введенню когнітивної психології можна встановити критерії підбору, які враховують не тільки професійні навички, але й когнітивні характеристики кожного кандидата. Наприклад: вміння до швидкого і найбільш точного прийняття рішень, гнучкість мислення та творчість. Такий підбір працівників з потрібним інтелектуальним чи творчим рівнем здібностей зможе підвищити ефективність компанії та її конкурентоспроможність на ринку.

Крім того, використання когнітивної психології може допомогти оцінити потенціал працівника та розробити індивідуальну програму розвитку для кожного, з використанням спеціальних технік навчання, що базуються на когнітивних процесах людини.

Таким чином вони допомагають працівникам краще та якісніше засвоювати нову інформацію та розвивати свої hard та soft skills. Це підвищить, як задоволення, так і продуктивність працівників під час роботи, а також зменшить плинність кадрів компанії, що дуже позначиться у рейтингу серед інших підприємств.

Висновки. Використання когнітивної психології у рекрутингу, навчанні та розвитку працівників може допомогти підприємству досягти високих результатів та збільшити свою конкурентоспроможність на ринку.

Література

1. Cherry K. What Is Cognitive Psychology? URL: <https://www.verywellmind.com/cognitive-psychology-4157181> (дата звернення: 20.03.2023).
2. The role of Psychology in HR: from recruitment to training. URL: <https://hrconsultantuk.co.uk/the-role-of-psychology-in-hr-from-recruitment-to-training/> (дата звернення: 21.03.2023).

7. Психологія успішності: застосування у менеджменті персоналу

Альбіна Горобець, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Психологія успішності є ключовим фактором, який впливає на наші досягнення та пояснює, як досягти більш високого рівня в професійному та особистому житті, зокрема у менеджменті персоналу.

Матеріали та методи. У роботі використано теоретичні методи дослідження. Проаналізовано науково-психологічну літературу для визначення ключових аспектів впливу психології успішності на здобувачів.

Результати. Успіх у житті людини залежить від багатьох чинників, включаючи фізичні і психологічні фактори.

Один з таких ключових факторів успіху – мотивація. Людина, яка має дійсно стійку мотивацію для досягнення своїх цілей, зазвичай досягає успіху. Мотивація буває внутрішньою або зовнішньою, проте в будь-якому випадку, людина, що бажає досягти успіху, повинна мати чітку мету та відчуття підтримки. Ще один важливий фактор успіху – розуміння того, що на шляху досягнення мети будуть перешкоди, і потрібно бути готовим, щоб їх подолати. Успішна людина знає, що невдачі і помилки – це нормальна частина процесу, тому використовує їх, як можливість для зростання і вдосконалення своїх навичок. Також третій фактор успіху – уміння працювати в команді і взаємодіяти з іншими людьми. Успішні люди знають, що співпраця з іншими допомагає досягти мети швидше та ефективніше, ніж працюючи самостійно. Останній, але не менш важливий фактор – успішна людина повинна мати здатність до саморозвитку і самовдосконалення. Це досягається через постійне навчання і здобуття нових знань, котрі допоможуть краще оволодіти бажаними навичками, постійно розвиватися та бути готовими до непередбачуваних обставин чи зміни пріоритетів. Окрім цього, для розвитку цих факторів, психологія успішності надає такі інструменти: мотивація, управління часом, планування та самодисципліна, які є необхідними для досягнення успіху в будь-якій сфері життя. Це дозволяє розуміти інших людей, їхню мотивацію та поведінку, що може бути корисним, як у професійних відносинах, так і в особистому житті.

При вивченні психології успішності також розвиваються такі позитивні якості, як впевненість, рішучість та оптимізм, які сприятимуть досягненню більш високих результатів, до того ж зможуть допомогти керувати стресом, забезпечувати баланс між роботою та особистим життям, розвивати емоційний інтелект, що є надважливим для здоров'я та щастя людини. Психологія успішності сприяє досягненню більш високого рівня у професійних відносинах та особистому житті, покращує настрій, що має велике значення у досягненні успіху, він впливає на наші емоції, мислення та дії, і може змінити наше ставлення до себе та до навколишнього світу.

Висновки. Вивчення психології успішності допоможе менеджерам персоналу знайти власні способи ефективного розвитку навичок та якостей, необхідних для досягнення своїх цілей у HR та будь-якій сфері життя.

Література:

1. Duckworth, A. (2016). Grit: The power of passion and perseverance. Scribner/Simon & Schuster.
2. Психологія досягнення успіху і впевненості в собі. URL: <https://eko.org.ua/psixologiya-uspixu/> (дата звернення: 21.03.2023).

8. Напрямки підвищення рівня трудового потенціалу підприємства

Анна Дегтяр

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах особливого значення набуває формування та ефективне використання трудового потенціалу, який відіграє вирішальну роль у підвищенні ефективності кожного підприємства та відтворенні трудових ресурсів країни. Тому нагальним є аналіз особливостей використання трудового потенціалу вітчизняних підприємств та пошук шляхів його вдосконалення в сучасних умовах господарювання.

Матеріали і методи. В дослідженні була використана інформація, взята з наукових публікацій та досвіду роботодавців України, після чого була скомпільована в загальний вигляд.

Результати. Для досягнення успішного розвитку підприємства необхідно зосередитися на формуванні якісного складу персоналу, його стабілізації та життєздатного розвитку, ефективній мотивації та формуванні культури господарювання та зацікавленості в результатах суспільно-корисної праці.

З метою покращення ефективності використання трудового потенціалу підприємства можна запропонувати кілька шляхів [1]:

- покращення кадрової роботи шляхом укомплектування штату відповідно до потреб, раціонального руху кадрів, формування системи ротації кадрів, підвищення культурно-професійної кваліфікації персоналу підприємства;

- підвищення продуктивності та ефективності праці шляхом формування взаємозв'язку між показниками ефективності праці на рівні окремого працівника та загалом по підприємству та з матеріальними, моральними і соціальними засобами стимулювання праці;

- застосування ефективної системи морально-матеріального стимулювання;

- підвищення якості трудових ресурсів шляхом навчання та підвищення кваліфікації наявного персоналу, залучення нових висококваліфікованих спеціалістів;

- застосування соціальних чинників стимулювання праці, забезпечення позитивної атмосфери у колективі, мінімізація конфліктних ситуацій у робочому процесі та створення умов, що сприяють прояву індивідуально-кваліфікаційного потенціалу та професійних характеристик працівника.

Висновки. Отже, через те, що створення трудового потенціалу підприємства є складним та динамічним процесом, спрямованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем та забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити чинники, які впливають на розвиток елементів, їхню збалансованість та ефективне використання. Створення трудового потенціалу підприємства залежить не тільки від змін у факторах виробництва, але й від змін у системі виробничих відносин.

Література

1. Шарай В. В. Трудовий потенціал підприємства та його оцінка. *Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах господарювання* : зб. тез доп. VII Всеукр. наук.-практ. заоч. конф., м. Черкаси, 17 квітня 2020 р. / за ред. Н. Г. Мехеди. С. 77-79. URL: <http://eprints.cdu.edu.ua/4992/> (дата звернення: 19.03.2023).

9. Кадрова політика як основний напрям кадрового адміністрування

Софія Демус

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Основу для ефективного управління людськими ресурсами складає кадрова політика. Кадрова політика встановлює критерії прийняття рішень у сфері кадрового менеджменту, визначає єдину політику у сфері управління персоналом.

Матеріали і методи. Виконання даного дослідження проводиться на основі наукових праць видатних українських та іноземних вчених, зокрема: Амеліна І. В., Лукашенко К. С., Атіогбе Л., Клецор Т., Shaulska L., Kovalenko S., Allayarov Sh., Sydorenko O., Sukhanova A. та інших.

Результати. Одним з головних ресурсів підприємства є кадри. З метою управління ними на кожному підприємстві має формуватися кадрова політика. Вона містить у собі правила, норми та цілі, які визначають зміст роботи кадрових служб підприємства з персоналом. Відповідно її наявність дозволяє працівникам ознайомитися з політикою, яку буде підприємство проводити по відношенню до них. У свою чергу підприємство визначає чіткі правила, якими їх кадрові служби керуватимуться, які соціальні гарантії надаватимуться працівникам тощо [1].

Кадрова політика містить набір вказівок, правил і процедур, які організація впроваджує для управління своїми співробітниками. Це основний напрямок управління персоналом, оскільки він забезпечує основу для управління робочою силою послідовним і справедливим способом. Кадрова політика охоплює широкий спектр сфер, пов'язаних із працевлаштуванням, таких як найм, відбір, навчання, винагорода, пільги, оцінка роботи, просування по службі, дисциплінарні стягнення та звільнення. Ці політики допомагають організаціям залучати та утримувати талановитих співробітників, сприяти створенню позитивного робочого середовища та виконувати вимоги законодавства [3].

Слід зазначити, що за визначенням директора АК «Сучасні технології аудиту» Тетяни Клецор «основними складовими кадрової політики є п'ять взаємопов'язаних питань, за допомогою яких здійснюється сприяння досягненню цілей компанії та втілюється бачення в галузі управління персоналом: підвищення результативності роботи на всіх рівнях, оптимізація та стабілізація кадрового складу компанії й забезпечення ефективного використання їх можливостей та потенціалу, створення та розвиток системи навчання й розвитку персоналу, формування та підтримання високого рівня лояльності співробітників, а також формування та зміцнення корпоративної культури компанії» [2].

Висновки. Таким чином, кадрова політика є наріжним каменем кадрового адміністрування. Узагальнення наукових підходів дозволяє констатувати, що кадрова політика є основою організації ефективного кадрового адміністрування.

Література

1. Амеліна І. В., Лукашенко К. С., Атіогбе Л. Удосконалення кадрової політики підприємства. *Економіка та регіон*. 2021. № 4. С. 55-58.
2. Клецор Т. Кадрова політика підприємства: розробляємо положення <https://interbuh.com.ua/ru/documents/ib/8697/120792> (дата звернення: 18.03.2023).
3. Shaulska L., Kovalenko S., Allayarov Sh., Sydorenko O., Sukhanova A. Strategic enterprise competitiveness management under global challenges. *Academy of Strategic Management Journal*. 2021. Vol. 20, Issue 4. P. 1-7.

10. Автоматизація HR-процесів організації

Інна Друкаренко, Ірина Тюха

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. HR-процеси існують для взаємодії підприємства зі своїми співробітниками. Вони включають в себе рекрутинг, адаптацію та розвиток персоналу, управління кваліфікацією персоналу і взаємовідносинами між співробітниками, впровадження корпоративної культури. Автоматизація HR-процесів є необхідним етапом розвитку та оптимізації будь-якої компанії для підвищення ефективності роботи відділів і роботи колективу.

Матеріали і методи. Методи автоматизації HR-процесів в залежності від умов їх застосування мають різну ефективність. Основними засобами автоматизації на даний момент є інструменти на основі програмного забезпечення. Наприклад, використання HR-систем, ботів, штучного інтелекту та машинного навчання. Також сюди відноситься стратегія управління талантами.

Результати. Використання HR-систем. HR-системи – це програмне забезпечення, яке створене для автоматизації деяких аспектів управління персоналом організації. Вони дозволяють концентрувати всю інформацію про працівників в одному місці і структурувати його, надаючи зручний доступ до даних. Вони включають в себе модулі управління відділом кадрів, навчанням, розвитком, зарплатою. Можуть виводити дані про оцінку ефективності персоналу та відділів, зберігати дані про працівників та багато іншого.

Наприклад, для автоматизації процесу рекрутингу, сайт пошуку роботи Work.ua запровадив Систему Управління Наймом (СУН). Вона дає можливість розміщувати вакансії, проводити відбір кандидатів, здійснювати співбесіди та попередню оцінку кандидатів, вести бази даних і контролювати різні етапи підбору в одному місці [1].

Також існує українська HR-система HURMA, яка збрала весь необхідний функціонал в одному ресурсі. Вона включає в себе базу співробітників, відстеження їх настрою, HR-аналітику, автоматизацію запитів працівників, календар компанії, події та нагадування, облік робочого часу, розрахунок зарплат і загалом має широкий функціонал, спрямований саме на автоматизацію HR-процесів [2].

Штучний інтелект також використовується для автоматизації HR-процесів. Він дозволяє компаніям підвищувати швидкість та точність роботи HR-відділу. За даними International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET) використання штучного інтелекту в процесах управління персоналом зробить компанії кращими, оскільки він може швидко і точно аналізувати, діагностувати і прогнозувати дані, на основі яких HR-команда і буде приймати рішення.

Висновок. Отже можна стверджувати, що автоматизація HR-процесів є важливим аспектом для розвитку компанії. Різноманіття сучасних інструментів дозволяє ефективно запровадити подібні рішення в будь-якій системі управління персоналом.

Література

1. Як користуватися системою управління наймом. *Work.ua*. URL: https://www.work.ua/recruiting-system/#ats_candidate_page (дата звернення: 22.03.2023).
2. Автоматизація HR процесів в IT HURMA. *HURMA*. URL: <https://hurma.work/capabilities/hr/> (дата звернення: 21.03.2023).

11. Підвищення рівня лояльності (надійності) працівників підприємства

Лілія Жумар

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Термін «лояльність співробітників» означає, що спеціалісти виявляють бажання працювати в організації і не готові змінювати місце роботи. Крім того, лояльні співробітники готові поставити інтереси компанії вище своїх власних. Вони часто виконують велику кількість завдань. Тому компанії зацікавлені в таких співробітниках і шукають шляхи їх залучення.

Матеріали і методи. Теоретичною базою даного дослідження є основні наукові положення з теорії та проблематики забезпечення лояльності персоналу підприємства.

Результати. У сучасній теорії та практиці менеджменту лояльність співробітників розглядається як один із найважливіших ресурсів організації та передумова успіху її діяльності. Серед заходів, які дозволяють підвищити лояльність співробітників, слід виділити наступні.

1. Регулярно інформувати працівників про організаційні заходи та господарські події. Так, роботодавець зобов'язаний інформувати працівників, які працюють за строковим трудовим договором, про вакансії, які вони можуть зайняти, та запропонувати можливість укладення трудового договору на невизначений строк і забезпечити таким працівникам рівні можливості для укладення договору [1].

2. Створити об'єктивну та прозору систему матеріального та нематеріального стимулювання персоналу. До матеріального стимулювання належать такі фактори: основна заробітна плата, премія. Нематеріальне заохочення базується на таких факторах: нагородження почесними грамотами та цінними подарунками, присвоєння почесних звань, представлення до державних нагород.

3. Проводити моніторинг стану персоналу. Моніторинг – постійне і систематичне відстеження стану системи управління персоналом, засноване на постійних показниках і складових показників, і створення умов для виконання функції управління на основі отриманої інформації. Моніторинг має стати невід'ємною частиною управління персоналом і здійснюватися на всіх етапах життєвого циклу підприємства.

4. Забезпечення відкритої взаємодії зі співробітниками, шляхом залучення їх до прийняття управлінських рішень.

5. Налагодження зворотного зв'язку зі співробітниками. Якщо мета зрозуміла, її можна успішно просувати.

Загалом, для підвищення лояльності співробітників важливо зрозуміти, що кожен працівник унікальний та має свої власні потреби та мотивацію. Тому, варто взаємодіяти зі співробітниками та знаходити індивідуальні підходи до кожного з них. Також важливо бути відкритим до змін та вдосконалення внутрішніх процесів та політики компанії, щоб підтримувати розвиток та зростання не лише співробітників, але й самої компанії.

Висновки. Від рівня лояльності співробітників залежить успіх всього підприємства. Успіх бізнесу можна виразити як взаємозв'язок між двома складовими – лояльністю співробітників і лояльністю бізнесу до своїх співробітників.

Література

1. Що собою являє лояльність працівників та як її підвищити? URL: <https://www.englishdom.com/ua/blog/shho-soboyu-yavlyaye-loyalnist-spivrobotnikiv-ta-yak-yiyi-pidvishhiti/> (дата звернення: 21.03.2023).

12. HR-аналітика у сучасній системі управління персоналом

Катерина Іванченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. HR-аналітика є важливою складовою сучасної системи управління персоналом на підприємствах різних галузей. Зростання конкуренції як на ринках товарів та послуг, так і на ринку праці вимагають від менеджменту шукати новітні підходи до підвищення ефективності їх діяльності.

Матеріали і методи. При дослідженні поняття HR-аналітики використані різноманітні методи та матеріали, включаючи літературний аналіз, який базується на дослідженні відповідних наукових публікацій, книг та подібних джерел, статистичні методи, програми для обробки даних та інші технічні засоби.

Результати. Концепція кадрової аналітики відносно нова в системах управління персоналом. Основними завданнями цього заходу є, з одного боку, виявлення причин низької ефективності використання персоналу та негативної тенденції розвитку, а з іншого боку, пошук резервів підприємства для максимізації економічної вигоди персоналу.

Сьогодні HR-аналітика є одним із найпопулярніших і пріоритетних напрямків організації, управління, залучення та розвитку персоналу.

Аналітика людських ресурсів – це система інформації, що збирається й обробляється на регулярній основі про персонал організації, на основі якої керівництво організації приймає рішення або оцінює ефективність попередніх рішень.

HR-аналітика дозволяє вирішувати проблеми, пов'язані з кадровими ресурсами, такі як збільшення обороту кадрів, погіршення якості роботи, нестача кваліфікованих кадрів та інші. Шляхом аналізу даних про співробітників, HR-аналітики можуть виявляти тенденції та залежності, що допомагає в прийнятті рішень щодо поліпшення управління персоналом. Наприклад, можна виявити, що співробітники, які проходять навчання на початку робочого процесу, продуктивніші та задоволеніші своєю роботою, що може допомогти компанії вибрати ефективніші напрямки розвитку своїх працівників.

Висновок. HR-аналітика дозволяє компаніям отримати значну перевагу на ринку, підвищивши ефективність управління персоналом та вирішуючи проблеми, пов'язані з кадровими ресурсами. Використання аналітики допомагає компаніям приймати обґрунтовані рішення, що сприяє досягненню стратегічних цілей і підвищенню конкурентоспроможності.

Література

1. Armstrong, M. (2017). *Armstrong's handbook of human resource management practice*. Kogan Page Publishers.
2. Boudreau, J. W., & Cascio, W. F. (2018). *Investing in people: Financial impact of human resource initiatives*. Routledge.
3. Kavanagh, M. J., Thite, M., & Johnson, R. D. (2018). *Human resource information systems: Basics, applications, and future directions*. Sage Publications.
4. Коцур А. Суть та значення HR-аналітики в стратегічному управлінні персоналом. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки* : матеріали доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Ч. 1. м. Тернопіль, 15 травня 2020 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 91-94.

13. Стан працевлаштування людей з інвалідністю в Україні та проекти компаній у боротьбі з ейблізмом

Даріна Капрізова, Юлія Гринюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання працевлаштування людей з інвалідністю в Україні актуалізується прогнозованим їх збільшенням в частині набуті інвалідності у зв'язку з війною та наявними ознаками ейблізму (дискримінацією за цією ознакою) на ринку праці.

Матеріали і методи. Дослідження базується на офіційних матеріалах державних органів влади в сфері соціального захисту і зайнятості населення, наукових працях вчених-дослідників в частині огляду світових практик працевлаштування людей з інвалідністю, з використанням методів системного аналізу та логічного узагальнення.

Результати. За офіційними статистичними даними, в Україні налічується 2,56 млн. людей з інвалідністю працездатного віку [3]. Щодо стану їх зайнятості, то цей показник в нашій країні є одним з найнижчих в Європі – 16,2% (при середньому його рівні в ЄС понад 50% та, приміром, в Китаї – 80% чи США – 29% [1, с. 126]).

На заваді до працевлаштування людей з інвалідністю стають архітектурні бар'єри, низький рівень інклюзивної культури роботодавців та їх фінансова неспроможність чи небажання інвестувати власні кошти в розумне пристосування робочих місць під особливі потреби цієї категорії працівників. За результатами опитування роботодавців [2], проведеного Міністерством соціальної політики України, громадською організацією «Громадський рух «Соціальна єдність» та за підтримки Ради Європи, менша їх половина (41%) виявила готовність надати робочі місця для людей з інвалідністю понад законодавчу квоту в 4% від середньооблікової чисельності штатних працівників. До чи не єдиної групи компаній, які добровільно перевищують квоту, слід віднести представників міжнародних корпорацій та великих вітчизняних роботодавців, які функціонують на засадах корпоративної соціальної відповідальності та публікують нефінансову звітність. З розвитком дистанційних форматів зайнятості активність у напрямку реалізації проектів боротьби з ейблізмом виявляють ІТ-розробники. Зокрема, в компанії SoftServe працює команда тестувальників із вадами зору, які адаптують сайти під стандарт WCAG 2.0 (для слабозорих чи незрячих); український офіс компанії EPAM спільно з UNICEF Ukraine навчає і працевлаштовує молодь з інвалідністю за програмою DevOps тощо.

Висновки. Діюча система працевлаштування людей з інвалідністю, яка базується на принципах квотування і штрафів, виявилась неефективною. Проте незабаром на неї чекають реформи через зміну пріоритетів соціальної політики в державі.

Література

1. Галицький О. М., Гришова Р. В. Світовий досвід реалізації державної політики підтримки осіб з інвалідністю та його імплементація в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 6. С. 122-127. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.6.122 (дата звернення 19.03.2023).
2. Готовність роботодавців працевлаштовувати людей з інвалідністю зростає. 10 червня 2021. *Міністерство соціальної політики України* : вебсайт. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/20178.html> (дата звернення 19.03.2023).
3. Фонд соціального захисту осіб з інвалідністю : вебсайт. URL: <https://www.ispf.gov.ua> (дата звернення 19.03.2023).

14. Захист авторського права в Україні

Ольга Ластовецька, Олена Безпалько

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На даному етапі розвитку суспільства проблема регулювання правовідносин, що складаються в галузі авторського права, набуває все більшого значення в усьому світі. Одним із найважливіших завдань держави у сфері захисту інтелектуальної власності є створення ефективного механізму запобігання та припинення незаконного використання об'єктів авторського права.

Матеріали і методи. Використано законодавчі та нормативні акти, а також статті українських науковців для дослідження та розкриття проблематики захисту авторського права в Україні.

Результати. Інститут авторського права має спеціальні та своєрідні риси, що відрізняють його від усіх інших інститутів цивільного права. Він охороняє як майнові інтереси авторів, а й особисті правничий та інтереси, – моральні і духовні. Авторське право – одна з форм інтелектуальної власності, яка захищає оригінальні авторські твори після моменту їх створення автором. В Україні відносини щодо набуття, реалізації та захисту індивідуальних немайнових і майнових авторських та/або суміжних прав, прав «sui generis», пов'язаних із сферою авторського права та/або суміжних прав регулює новий закон «Про авторське право і суміжні права», який набрав чинності 1 січня 2023 року та був створений через накопичені проблеми авторського права в Україні та помилки в законодавстві, які вимагали відповідних змін. Авторські права захищають роботу автора від несанкціонованого копіювання або використання. Під захистом авторського права слід розуміти передбачені законом заходи щодо визнання авторського права, припинення його порушення та розслідування юридичної відповідальності правопорушників. Захист особистих немайнових прав і майнових прав суб'єктів авторського права здійснюється в порядку, передбаченому адміністративним, цивільним і кримінальним законодавством.

На жаль, копіювання та розповсюдження авторського контенту без дозволу це розповсюджена практика у сучасному світі, особливо у мережі Інтернет, тому важливо приймати попереджувальні заходи захисту авторського права. Автор твору може вжити наступні заходи: зафіксувати створення власного твору; зробити публічне оголошення про створення твору або його часткове оприлюднення; укласти авторський, ліцензійний або інший договір щодо прав на об'єкт авторського права; пройти реєстрацію авторських прав та отримати свідоцтво. Якщо ж все таки порушення авторського права відбулось, суб'єкти авторського права (творці контенту та/або правовласники) мають право звертатися за захистом в установленому порядку до суду, а за наявності підстав і до органів Національної поліції [1]. Окрім суду, за захистом своїх прав можна звернутись до Антимонопольного комітету України. Дії, пов'язані з незаконним використанням об'єкту авторських прав, як правило, можна трактувати як недобросовісну конкуренцію. Щоправда, такий спосіб захисту можливий лише тоді, коли обидві сторони спору є суб'єктами підприємницької діяльності.

Висновки. Роль авторського права у формуванні культури незаперечна. Люди завжди щось винаходили та створювали, і авторське право змінюватиметься, але найголовніше – це усвідомлення того, що його потрібно захищати.

Література

1. Як захистити авторські права? URL: <https://legal-support.top/zahist-avtorskih-prav/> (дата звернення: 20.03.23).

15. Основні напрямки покращення умов праці на підприємстві

Роман Лелюк, Ірина Болотіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для розвитку та ефективної діяльності підприємства вкрай необхідне розроблення заходів покращення умов праці на підприємстві. Для цього потрібні не тільки фінансові та часові витрати, а й мотиваційні рішення.

Матеріали і методи. В дослідженні застосовані методи наукового аналізу і синтезу існуючих розробок науковців в цій сфері.

Результати. Розроблення та впровадження заходів покращення умов праці на підприємстві є важливою та необхідною складовою процесу управління ресурсами людського капіталу. Умови праці впливають на здоров'я та безпеку працівників, а також на їх продуктивність та мотивацію. Якщо працівники працюють в незручних або шкідливих умовах, це може призвести до зниження продуктивності, збільшення відсотку травм та захворювань, а також до втрати мотивації та задоволення від роботи.

Комплекс заходів щодо покращення умов праці на підприємстві може включати в себе різноманітні дії, які спрямовані на зменшення ризиків, пов'язаних з умовами праці, і поліпшення робочого середовища.

Можливими заходами можуть бути: організація інструктажів та навчань з безпеки праці для всіх працівників; проведення регулярних оглядів обладнання та інфраструктури, з метою виявлення можливих проблем та їх вирішення; встановлення ергономічного обладнання та меблів для працівників; забезпечення надійного захисту від шкідливих виробничих факторів, таких як шум, вібрація, пил та інші [1]. Ці заходи можуть допомогти знизити ризики травм та захворювань серед працівників, а також збільшити їхню продуктивність та задоволення від роботи, що в свою чергу сприяє збільшенню якості виконуваної роботи та зменшенню числа відмов обладнання.

Покращення умов праці також може включати заходи, спрямовані на підвищення мотивації працівників, а саме: забезпечення можливостей для професійного розвитку та підвищення кваліфікації працівників; встановлення прозорої системи оплати праці та надання інших матеріальних пошанувань; створення атмосфери співпраці та довіри між працівниками та керівництвом; розвиток корпоративної культури, що сприяє збереженню відданості та залученню нових працівників. Ці заходи допомагають покращити взаємодію між працівниками та керівництвом, що в свою чергу збільшує мотивацію працівників та сприяє досягненню вищих результатів.

Таким чином, розроблення та впровадження заходів покращення умов праці на підприємстві є дуже важливим процесом, що допомагає забезпечити безпечні та здорові умови для працівників, підвищити їхню продуктивність та мотивацію. Це, в свою чергу, сприяє збільшенню ефективності підприємства та його конкурентоспроможності на ринку [2].

Висновки. Розроблення та впровадження заходів покращення умов праці на підприємстві є дуже важливим процесом, який сприяє збільшенню продуктивності та мотивації працівників, зниженню ризиків виникнення травм та захворювань, а також підвищенню ефективності підприємства в цілому.

Література

1. Іваненко Л. О., Ганушевська І. В., Яковенко А. В. Ергономіка виробництва : підручник. Київ : Кондор, 2019. 180 с.
2. Білоус І. Г., Левчук А. М. Ергономіка та безпека життєдіяльності. Київ : Видавничий дім "КМ Академія", 2021. 150 с.

16. Міжнародні практики розвитку рекрутингу персоналу

Євгеній Малахов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Рекрутинг – динамічна сфера HR-менеджменту, яка постійно удосконалюється. Більшість рекрутингових практик запозичуються українськими компаніями з-за кордону і адаптуються до місцевої специфіки ринку праці.

Матеріали і методи. В ході дослідження використано роботи іноземних авторів і профільних Інтернет-видань теоретично-прикладного характеру з питань міжнародного досвіду розвитку рекрутингу персоналу, а його методологічну базу становлять методи логічного аналізу, структурування і узагальнення.

Результати. Останні роки увага рекрутерів по всьому світу прикута до проблеми підбору молодих кандидатів-зумерів. Інколи в українських бізнесових і наукових колах цю технологію називають запозиченим з англійської мови терміном «прелімінарінг» (набір молодих спеціалістів через програми практик і стажувань), проте, по факту, це лише частина кампусного рекрутингу, який в Україні ще не набув поширення. Даний підхід щодо рекрутингу є довготривалою програмою співпраці роботодавців із університетами, часто – на платній основі, яка передбачає: набір стажерів до кампусу декілька разів на рік; участь в ярмарках вакансій; публікацію оголошень про роботу в університетських ЗМІ; програму амбасадорів бренду; організацію лекцій та розважальних студентських заходів; їх спонсорування тощо [2]. У великих компаніях команди кампусного рекрутингу можуть складатись з десятка працівників. Наприклад, в кампусі KMPG в Університеті Торонто їх 8 (рекрутери, операційні менеджери, маркетолог з підбору персоналу і координатор).

З огляду на апробацію зарубіжного досвіду, більш поширеною можна вважати практику реферального рекрутингу. На вітчизняних підприємствах вона зводиться, переважно, до матеріального бонусу рефералам – працівникам роботодавця – за закрити вакансію. Іноземні реферальні програми значно ширші за переліком бонусів, в тому числі нематеріальних, рефералів (не лише штатні працівники, але і позаштатні, фрілансери, колишні співробітники і т. д.) та способами реалізації (через спеціальні ATS платформи такі як в компаніях Google чи Citrix) [1].

Рівень цифровізації процесів рекрутингу за кордоном також значно глибший: починаючи від digital-технологій соціального рекрутингу (крім стандартних соціальних мереж, в підборі персоналу задіяні Tinder, Snapchat) і продовжуючи штучним інтелектом, VR, AR та автоматизованим програмним забезпеченням.

Висновки. Застосування прогресивних міжнародних практик розвитку рекрутингу персоналу вітчизняними підприємствами дозволить їм сформувати значні конкурентні переваги у боротьбі за таланти.

Література

1. Bika N. 6 ways to build an employee referral program that works. July 2022. *Workable.com*. URL: <https://resources.workable.com/stories-and-insights/employee-referral-program> (дата звернення: 20.03.2023).

2. Campus Recruiting 101: Everything You Need to Know About Campus Recruiting. 17 March 2021. *Rakuna. Blog*. URL: <https://www.rakuna.co/blog/posts/everything-you-need-to-know-about-campus-recruiting> (дата звернення: 20.03.2023).

17. Удосконалення регулювання соціально-трудових відносин на підприємстві

Тетяна Машовець

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. Соціально-трудові відносини є провідною складовою всієї системи відносин суспільства, тим самим утворюючи своєрідне «ядро» соціально-економічного розвитку країни.

Матеріали і методи. Матеріалом для дослідження стали наукові розробки щодо проблем соціально-трудових відносин на підприємствах. У роботі використано наукові методи дослідження: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення.

Результати. Соціально-трудові відносини зумовлені трудовою діяльністю, які виникають і розвиваються з метою регулювання якості трудового життя, вони впливають з угоди між працівником і роботодавцем про обов'язки особистого виконання працівником на платних засадах відповідних трудових функцій.

Соціальна відповідальність між сторонами соціально-трудових відносин проявляється: з боку роботодавця – у дотриманні прав громадян, Кодексу законів про працю та інших нормативно-правових документів з питань ведення бізнесу; з боку працівника – у відповідальному, добропорядному ставленні до праці, виконання поставлених завдань та функцій [1].

Чинники, що впливають на трудові відносини: невідповідність попиту і пропозиції праці, рівень безробіття, ефективності праці, заробітної плати, зовнішні трудові міграції населення, неформальна зайнятість, молодіжна незайнятість, сільське та родинне безробіття.

Особливу роль у вдосконаленні соціально-трудових відносин відіграє гуманізація праці. Акцент на гуманізації праці як одному з пріоритетних напрямів удосконалення соціально-трудових відносин зумовлений глибокими змінами, що відбуваються в усіх сферах життя людини в процесі демократизації під впливом підвищення рівня освіти та культури суспільства, що призводить до підвищення технічного рівня виробництва та підвищення вимог до якості продукції. На практиці це здійснюється шляхом розробки та реалізації законодавчих актів, заходів спеціальних державних, галузевих і регіональних програм, положень колективних договорів підприємств [2].

Регулювання соціально-трудових відносин на підприємстві здійснюється на договірній (через систему колективних договорів, консультацій, переговорів та індивідуальних трудових угод чи контрактів) та адміністративній (через систему управлінських рішень і методів управління) основах [2].

Висновки. Соціально-трудові відносини відображають соціальну значимість, місце, роль, суспільне становище індивіда та групи. Одночасно вони визначають відносини між робітником і майстром, керівником і групою підлеглих.

Література

1. Березянюк Т. В. Соціально відповідальні трудові практики в нестандартних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: [http:// www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua).
2. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / О. В. Безпалько та ін. ; за заг. ред. О. В. Безпалько. Київ : Кафедра, 2020. 310 с.

18. Удосконалення організації розвитку персоналу підприємства

Юлія Мелікаєва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних умовах зростає роль розвитку персоналу. В процесі діяльності будь-якого підприємства змінюється, доповнюється та оновлюється система розвитку його персоналу, що обумовлює актуальність теми дослідження.

Матеріали і методи. У дослідженні були використанні останні літературні роботи іноземних авторів. Серед методів дослідження можна виділити аналіз літературних джерел, контент-аналіз, рефлексія, логічне мислення тощо.

Результати. Розвиток персоналу – це комплекс заходів, спрямованих на підвищення професійних та особистісних якостей працівників, це процес, що охоплює весь спектр заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації та професійного розвитку працівників. Завдяки цьому підприємство може підвищити ефективність роботи, знизити ризики, підвищити якість продукції тощо.

Роль HR-менеджера в організації розвитку персоналу полягає в плануванні, координації та виконанні програм і процесів, що спрямовані на розвиток навичок, знань та компетенцій працівників, збільшення продуктивності і задоволення працівників. Ключові аспекти, які відображають роль HR-менеджера в організації розвитку персоналу, включають: планування розвитку персоналу; розробка та впровадження навчальних програм; рекрутинг та найм персоналу тощо [1]. HR-менеджер повинен використовувати інноваційні методи удосконалення розвитку персоналу, зокрема використання інтерактивного навчання. Цей метод передбачає використання сучасних технологій для навчання працівників. Завдяки інтерактивному навчанню, працівники можуть самостійно вчитися та вдосконалювати свої навички, що дозволяє їм бути більш конкурентоспроможними на ринку праці. Коучинг дозволяє працівникам більш ефективно вдосконалювати свої навички, вивчати нові техніки та підвищувати свою ефективність [1]. Третім методом можна назвати гейміфікацію. Цей метод базується на використанні ігрових елементів для стимулювання навчання та підвищення мотивації персоналу.

Як вже зазначалося, HR-менеджмент відіграє важливу роль у розвитку персоналу підприємства, і його перспективи в удосконаленні організації розвитку персоналу є значними. Основною з яких є використання соціальних мереж - HR-менеджмент може використовувати соціальні мережі, щоб залучати нових працівників, підвищувати їхню мотивацію та створювати сприятливу атмосферу на робочому місці. Соціальні мережі також можуть бути корисні для забезпечення ефективної комунікації між різними ділянками підприємства та залучення великої кількості людей до проектів розвитку персоналу.

Висновки. Отже, для ефективного розвитку персоналу необхідно використовувати інноваційні методи, які враховують специфіку робочого процесу та відповідають потребам підприємства. Ключову роль в організації розвитку персоналу відіграє HR-менеджер, який повинен вміти аналізувати потреби підприємства в кваліфікованих працівниках та розробляти ефективні програми їх розвитку.

Література

1. Berger, L. A. (2020). *Developing Talent: A Guide to Training and Development*. Association for Talent Development.
2. Bersin, J. (2020). *HR Technology Disruptions for 2020: Bersin Predictions*. Deloitte Insights.

19. Комбінування індивідуальних та групових чинників мотивації праці персоналу підприємства

Ксенія Мишко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мотивація праці – це ключовий засіб підвищення ефективності та розвитку персоналу підприємства, головною метою якого є отримання максимальної віддачі в роботі від наявного трудового потенціалу для розвитку діяльності самого підприємства, а також визначення пріоритетів та стратегій для подальшого розвитку.

Матеріали і методи. В цій роботі використано статті українських науковців для дослідження та розкриття теми індивідуальних та групових чинників мотивації персоналу підприємства.

Результати. Основною функцією мотивації виступає заохочення власних бажань або ж спільних заради певної мети. Беручи мотивацію праці саме підприємства, основними видами мотивації виступають матеріальні та нематеріальні чинники. Матеріальні в більшості виступають, як стимул до певної роботи, або винагорода за виконану працю. А не матеріальні служать методом створення позитивного настрою до роботи та впливають на високу продуктивність праці.

Індивідуальні та групові чинники мотивації не завжди збігаються. Це відбувається тому, що власні мотиви можуть відрізнятися від мотивів групи людей. Причина цьому – індивідуальність кожного, оскільки люди мають різні переконання, цілі, здібності тощо. Мотивація персоналу проявляється на трьох взаємозалежних рівнях, кожен із яких має свої особливості. На особистому рівні реалізується довготермінова, середньотермінова, короткотермінова та миттєва мотивація кожного працівника. Тут працюють всі три типи мотивації: цілеспрямованість, утримання та ефективна робота. Однак, для одного співробітника мотивація може бути ефективною, а для іншого неефективною [1].

Мотивація командної роботи також має свої особливості. Оскільки ефективність команди залежить від її чисельності, складу, згуртованості та можливостей. Роль керівника відіграє тут важливу роль, бо необхідно налагодити контакти між учасниками так, аби не виникло конфліктів у ході роботи. Перенавантаження дорівнює вигоранню, тому, якщо погасне один то підхватять усі.

Основними інструментами групової мотивації є [2]:

- організація змагань між групами співробітників;
- спостереження за роботою групи, здійснюване авторитетним співробітником;
- спостереження за групою, здійснюване сторонніми людьми.

Мотивацію групи відрізняє вплив внутрішніх відносин учасників групи на ефективність роботи групи в цілому. При наявності добродушної атмосфери, довіри і згоди, результативність може вирости у багато разів [2].

Висновки. Ефективна робота підприємства, це ефективна робота персоналу. Чинник мотивації відіграє значну роль для спонукання працівників до плідної та якісної роботи. Існує велика кількість методів мотивації персоналу, тому кожне підприємство має власний підхід до даного питання.

Література

1. Єщенко М., Флоркевич П. Індивідуальна та групова мотивація у менеджменті сучасного підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2022. С. 112-118.

2. Мoyaosvita: Групова мотивація. URL: <http://surl.li/fnjui> (дата звернення: 16.03.2023).

20. Роль медичного страхування в забезпеченні здоров'я працівників підприємства

Анна Мізюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день сучасних технік та удосконалення забезпечення здоров'я працівників програми медичного страхування стануть додатковим інструментом для надання соціальних гарантій для співробітників підприємств [1].

Матеріали і методи. Основне поняття медичного страхування трактується як один із видів обов'язкового державного соціального страхування, який на відміну від пенсійного страхування, страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, спричиненими похованням, страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які в результаті спричинили втрату працездатності та страхування на випадок безробіття які не діють в Україні.

Результати. На нинішньому етапі система охорони здоров'я України знаходиться на небезпечно низькому рівні. Сучасний стан системи охорони здоров'я та існуючий рівень фінансування не дозволяють забезпечити достатній рівень права громадян на безоплатну медичну допомогу на рівні, передбаченому міжнародними стандартами та законодавством України, та потребує значних особистих витрат громадян. Так, протягом останніх років державні витрати на охорону здоров'я коливаються у межах 3,2-3,4% від ВВП. При цьому за рекомендаціями ВООЗ витрати на систему охорони здоров'я повинні становити близько 6% від ВВП. Одним із найважливіших компонентів ефективного функціонування економіки та системи охорони здоров'я є медичне страхування. Воно є гарантом здорової нації в майбутньому. Медичне страхування являє собою форму соціального захисту інтересів суспільства в охороні здоров'я, що відображає свою характеристику в гарантії сплати медичної допомоги при появі страхової ситуації за рахунок сплачених страховиком коштів, дає можливість гарантувати громадянину безкоштовне надання певного обсягу медичних послуг при виникненні страхового випадку за наявності укладеного договору із страховою медичною організацією [2]. Забезпечує право громадян, які працюють, на медичне обслуговування, матеріальне забезпечення у разі захворювання та в інших випадках, пов'язаних з погіршенням здоров'я. Своєрідність обов'язкового медичного страхування пояснюється тим, що як важливий елемент державного соціального страхування воно здатне функціонувати через самостійну систему відповідних капіталів та спеціалізовані страхові компанії. Серед переваг обов'язкового медичного страхування є цільовий характер, самостійність коштів від держави, під'єднання додаткових позабюджетних джерел фінансування тощо [2].

Висновки. Завершальним етапом огляду причин обов'язкового медичного страхування, доцільно зробити висновок, що введення даної програми значно покращить фінансову підтримку галузі, що, в свою чергу спричинить до організаційно-структурних зрушень в охороні здоров'я, поліпшення структури, значний стрибок ефективності використання ресурсів, перебудова системи оплати праці медичних працівників.

Література

1. Страхування персоналу. *NIKO Страхування*. URL: <https://insurance.niko.ua/corporate-clients/staff-insurance/> (дата звернення: 28.02.20230).
2. Брежнева-Єрмоленко О. В., Байдуж А. О. Медичне страхування в Україні: аналіз та перспективи розвитку. *Економіка: реалії часу*. 2019. № 6 (46). С. 33-38. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2019/No6/33.pdf>.

21. Удосконалення управління продуктивністю праці на підприємстві

Вікторія Муха

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Управління продуктивністю праці є частиною загального процесу управління підприємством, що включає планування, організацію, мотивацію, керівництво, управління та регулювання.

Матеріали і методи. Для даного дослідження використано статті українських науковців для розкриття теми удосконалення управління продуктивністю праці на підприємстві.

Результати. Згідно з рекомендаціями міжнародної організації праці продуктивність праці є показником, який відображає ступінь ефективності використання одного конкретного фактору виробництва (ресурсу) – праці [1].

Продуктивність праці – це динамічний показник ефективності виробництва, який коригується під впливом різних факторів і має вирішальне значення для розвитку окремих підприємств. Тому власники, працівники та менеджери повинні постійно шукати шляхи та результати підвищення продуктивності праці [2].

Резерви підвищення продуктивності праці – це можливість зниження витрат, які виникають під впливом певних факторів. Важливу роль відіграє науково-технічний прогрес. Використання нового обладнання, впровадження комплексної механізації, інженерних комунікацій, необхідних для здійснення технологічних процесів, а також передових технологій, наукових розробок сприяють підвищенню продуктивності праці, оновлюється матеріально-технічна база та зменшуються витрати ручної праці.

Підвищення продуктивності праці залежить також від соціально-економічних показників, пов'язаних з кваліфікацією та освітою працівників, умовами праці, використанням оптимальних режимів праці та відпочинку, психологічним кліматом у колективі, згуртованістю, внутрішньо-колективними відносинами, підвищенням творчої активності працівників тощо [2].

Стимулювати підвищення продуктивності праці можна також шляхом удосконалення систем оплати праці, відтворення робочої сили та вирішення соціальних проблем. Підвищення продуктивності праці створює умови для підвищення заробітної плати і, навпаки, вища заробітна плата стимулює продуктивність.

Ще одним важливим інструментом підвищення продуктивності праці на підприємствах є організаційна культура. Впровадження сучасних методів управління без застосування організаційно-культурних підходів, які ґрунтуються на психологічних та соціально-економічних механізмах управління поведінкою працівників, значно ускладнюється.

Висновки. Завдяки ефективному управлінню продуктивністю праці, підприємство матиме більше шансів щодо зростання його прибутковості та конкурентоздатності.

Література

1. Безпалько О. В., Бабік Ю. В. Основні аспекти взаємозв'язку між ефективністю, продуктивністю та результативністю праці. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 3. С. 83-87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_3_20.

2. Продуктивність праці. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення: 19.03.2023).

22. Роль психології у менеджменті персоналу

Вікторія Овадюк, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Психологія в менеджменті персоналу відіграє важливу роль, оскільки допомагає керівникам зрозуміти психологічні аспекти роботи з людьми.

Матеріали та методи. Існує багато психологічних інструментів, які перевіряють інтелект співробітників, їхні когнітивні навички, ставлення та спосіб мислення. Якщо ці фактори добре вивчені, організація матиме лише найкращих працівників, це допоможе підприємству розвиватися краще. На сьогодні є компетентні психологи, які готові допомогти організації вибрати правильну людину і поставити її в потрібне місце і в потрібний час.

Результати. Психологія допоможе організації зрозуміти та мотивувати співробітників, визначити їхні слабкі та сильні сторони. При взаємодії з персоналом менеджер повинен знати, які фактори впливають на поведінку та мотивацію працівників, які їх потреби та які методи комунікації та взаємодії можуть бути ефективними. Одним із найкращих способів зрозуміти людину є бесіда, яка допоможе, по-перше, дізнатись більше інформації за короткий період часу, а по-друге, дозволить подивитись на її жести. Жести – це рухи для вираження емоційного стану. При розмові можна помітити, чи людина переживає чи ні, бреше чи каже правду. На практиці до найбільш глибоких заходів психологічного супроводу професійної діяльності менеджерів, які розроблені та реалізуються, відносяться: психологічний відбір керівників, оцінка поточної ситуації та перепідготовка. Ці завдання вирішуються за допомогою різноманітних специфічних методів оцінювання (діагностичні ділові ігри, інтерв'ю, біографічні методи, психологічна діагностика властивостей особистості). Також кожний роботодавець хоче у своєму колективі мати не лише спеціаліста, а й всебічно розвинену людину, яка розуміється не тільки у своїй спеціальності, а й зможе поговорити з кандидатом про його інтереси, відповідно до когнітивних характеристик. Ульріх Найссер [1] відносив до когнітивних особливостей не лише пам'ять, концентрацію уваги, сприйняття, а й інтелект, вміння вирішувати ситуації. У сфері управління персоналом врахування когнітивних процесів є надзвичайно важливими, оскільки менеджер персоналу взаємодіє з різними людьми, має приймати швидкі рішення та розв'язувати складні проблеми. Це потрібно не лише для розвитку кращих сторін самого менеджера, а й для самого співробітника. Знання когнітивних особливостей допомагає менеджеру персоналу краще зрозуміти, які типи інформації сприймають різні люди, як їхня пам'ять та увага працюють, і як краще використовувати ці знання для ефективної комунікації та навчання персоналу. Крім того, розуміння когнітивних процесів може допомогти менеджеру персоналу виявляти можливі проблеми у процесах роботи, а також вирішувати конфлікти що може бути важливим для запобігання високому рівню стресу на робочому місці, та покращувати комунікацію між різними членами команди. Менеджеру потрібно розуміти, які навички є у кожного кандидата, і які з них є пріоритетними. Психологічні знання допоможуть HR-менеджеру відчувати настрої та емоції працівників та збільшення задоволення працівників від роботи.

Висновки. Знання психології взагалі, та когнітивних процесів зокрема, є важливим для менеджера персоналу, щоб ефективно взаємодіяти з різними людьми та краще розуміти професійні події, які відбуваються в команді.

Література

1. Когнітивна психологія Найссера. *Довідник Автор24*. URL: https://spravochnick.com/psihologiya/kognitivnaya_psihologiya/kognitivnaya_psihologiya_nayssera/.

23. Управління конфліктами на підприємстві

Дмитро Оксененко, Олена Баталова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Динамічність зовнішнього середовища, складність організаційних та комунікаційних структур, зростання рівня конкуренції, невизначеність на багатьох ринках діяльності, зумовлюють виникнення нових конфліктів та зростання їх рівнів та кількості.

Матеріали і методи. Для дослідження сутності і причин виникнення конфліктів на підприємстві використаний метод наукової абстракції та узагальнення; для визначення особливостей і наслідків конфліктів – системно-структурний підхід.

Результати. Науковці пропонують велику кількість ознак виокремлення та класифікації конфліктів, однак більшість із розроблених класифікацій важко використати в практичній діяльності з метою прикладної ідентифікації конфліктів, оцінювання та вжиття заходів для уникнення чи зниження їхніх негативних результатів. У науковій літературі виокремлюють такі напрями уникнення та зниження рівня управлінських конфліктів [1]: 1) недопущення небажаних для розвитку особистості й колективу підприємства процесів (головна роль відводиться формуванню та дотриманню корпоративної культури, підвищенню кваліфікації тощо); 2) обмеження крайніх форм ведення конфлікту, для цього слід активно застосовувати методи регулювання вищими рівнями управління; 3) ізолювання протистояння сторін; 4) зниження та нейтралізація агресивності, ірраціональності спільним проведенням нарад та обґрунтуванням думок, позицій.

Під час виникнення конфліктів велике значення мають такі їхні ознаки як напруженість, емоційність, існування шумів тощо. Однак керівники багатьох підприємств забувають, що першочерговими повинні бути корпоративні цілі, а не їхні власні амбіції, переконання, цінності, позиції, проблеми тощо, оскільки керівник є найманим працівником і, уклавши угоду із підприємством, зобов'язався тим самим виконувати поставлені цілі та завдання. Тому важливо рішуче відкидати все те, що не стосується проблеми та конфлікту.

Під час управління конфліктом можна вибрати різноманітний стиль його вирішення. Вибір способу розв'язання конфлікту буде залежати від позиції сторони конфлікту відносно опонента, яка може бути: нейтральною (конструктивною), активною (жорсткою), дипломатичною (м'якою). Щоб уникнути конфліктів та значних негативних наслідків, найкраще виявити зародки та причини можливого виникнення управлінських конфліктів. Конфлікти, що знаходять на стадіях розвитку, важче зупинити та вжити превентивних заходів для мінімізації негативних наслідків. Тобто витрати на врегулювання конфлікту з кожною стадією його розвитку зростають, оскільки сторони витратили певні ресурси і хочуть їх окупити. Винятком можуть бути окремі види управлінських конфліктів із функціональними наслідками.

Висновки. Дуже важливо намагатися не допускати конфліктних ситуацій на підприємстві, якщо вже виникла така ситуація, необхідно підключити управлінські рішення, які допоможуть їх знівелювати чи уникнути.

Література

1. Гришова І. Ю. Безконфліктне управління на підприємствах в умовах галузевої трансформації. *Economy. Zarządzanie. Nauka wczoraj, dziś, jutro.* (28.02.2016) Warszawa / Wydawca : Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2016 (дата звернення: 19.03. 2023).

24. Технології рекрутингу: ключові аспекти запрошення на роботу

Оксана Осадчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успішна адаптація на робочому місці починається з правильного запрошення на роботу. Кожен роботодавець має свій власний процес залучення нових співробітників, який повинен бути розроблений таким чином, щоб він приваблював кваліфікованих працівників та підтримував їх зацікавленість в роботі.

Матеріали і методи. Теоретичною основою дослідження виступають основні положення та практичні рекомендації з питань удосконалення рекрутингу та первинної адаптації персоналу. Серед сукупності методів, які були використанні під час даного дослідження, слід виділити: аналіз, синтез, узагальнення та метод особистих спостережень.

Результати. Процес запрошення кандидатів на роботу може бути відмінним та індивідуальним для різних компаній. Деякі компанії зв'язуються з кандидатами по телефону, інші – електронною поштою, а ще інші можуть запросити на співбесіду в особистому форматі. Незалежно від форми запрошення, важливо висвітлити всі необхідні деталі співбесіди: час, дата, місце та інші особливості. Також бажано повідомити, що кандидат може очікувати на співбесіді – це допоможе підготуватися до розмови та справити позитивне враження на роботодавця.

Перш за все, підготуйтеся до розмови з кандидатом. Прочитайте його резюме і рекомендації, дізнайтеся про досвід роботи та навички, які він має. Також важливо знати, що саме вас зацікавило в кандидаті на роботу, тому що це може стати вихідною точкою для вашої розмови. Під час розмови з кандидатом на роботу використовуйте професійний тон. Будьте ввічливими і виразними, але не піддавайтеся емоціям. Намагайтеся говорити з кандидатом на рівні, щоб він міг відчути вашу зацікавленість у його досвіді і навичках.

Якщо компанія вибрала кандидата на вакансію, наступним кроком є оформлення на роботу. Оформлення на роботу може бути досить складним процесом для багатьох людей, особливо для тих, хто тільки починає кар'єру. Зазвичай потрібно заповнити певні документи, такі як договір про працевлаштування, анкету про особисті дані, форму про оподаткування та інші. Важливо пам'ятати, що при заповненні документів потрібно докладно перевіряти всю інформацію та бути впевненими в її точності. Також потрібно ретельно читати умови договору про працевлаштування, щоб уникнути неприємних ситуацій в майбутньому. Окрім оформлення документів, новому працівнику можуть бути надані інші матеріали, такі як правила компанії, політика щодо відпусток, медичного страхування, розклад роботи, та інші деталі, які допоможуть пристосуватися до нового місця роботи. Крім того, компанії можуть проводити навчання для нових працівників, щоб допомогти їм ознайомитися зі специфікою роботи та вивчити всі необхідні процедури та правила. Оформлення на роботу також може включати процес підписання конфіденційності та нерозголошення, де новий працівник зобов'язується не розголошувати комерційну інформацію, вивчену під час роботи в компанії. Це дуже важливо для захисту інтелектуальної власності компанії та збереження її конкурентоспроможності.

Висновки. Запрошення кандидатів на роботу – це один з найважливіших етапів процесу найму, що потребує певної підготовки та знання ключових аспектів, які є основою побудови довірчих та партнерських відносин між майбутнім працівником та потенційним роботодавцем.

25. Важливість емоційного інтелекту в менеджменті персоналу

Адам Паламарчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Емоційний інтелект (emotional intelligence) група розумових здібностей, які включають усвідомлення та розуміння власних емоцій та емоцій інших людей. Люди з високим емоційним інтелектом можуть добре розуміти власні емоції та почуття інших, а також можуть ефективно керувати власним емоційним діапазоном, тому їх поведінка в суспільстві є більш адаптивною, і їм легше усвідомлювати власні емоції у взаємодії з іншими.

Матеріали і методи. За основу дослідження взяті матеріали з відкритих інтернет-джерел. Методологічною основою дослідження є загальнонауковий метод логічного узагальнення таких матеріалів, як навчальні посібники, статті у фахових виданнях та дані офіційних сайтів.

Результати. Щоб визначити важливість емоційного інтелекту в менеджменті персоналу, науковцями [1] було проведено соціологічне дослідження. Виявилось, що більшість респондентів високо цінують важливість емоційного інтелекту. Крім того, майже 90 відсотків респондентів були знайомі з поняттям «емоційний інтелект». Модель управління емоційним інтелектом у сфері менеджменту персоналу включає: самоаналіз, самоконтроль, розпізнавання емоцій, емоційний клімат. Доведено, що менеджерам з персоналу необхідно використовувати певні стилі лідерства (ідеалістичний, виховний, товариський, демократичний), які відповідають високому емоційному інтелекту. Наслідки нерозвинутого емоційного інтелекту очевидні, а саме: погіршення фізичного та психічного здоров'я, нездатність самореалізуватися, труднощі з прийняттям виважених рішень, проблеми в спілкуванні з оточуючими. Було відзначено важливість заходів з розвитку емоційного інтелекту, включаючи психологічні тренінги та кейси, психологічне консультування та запобігання конфліктам [1]. Найуспішніші лідери – це ті, які ефективно використовують усі власні сфери впливу на підлеглих та залучають усі сфери особистості підлеглою для підвищення його ефективності. Кращими керівниками завжди будуть емоційно інтелектуальні лідери, оскільки вони володіють відповідними характеристиками емоційного інтелекту та необхідними професійними навиками [2].

Висновки. Важливо менеджерів з персоналу розвивати емоційний інтелект, тому що він постійно комунікує з великою кількістю людей при здійсненні HR-процесів (рекрутингу, адаптації, навчанні розвитку персоналу). Емоційний інтелект дозволяє менеджерам з персоналу: легко долати професійні стреси; використовувати соціально прийнятну поведінку в ситуаціях, коли необхідно уникнути агресивної неадекватної поведінки працівників; оцінити, зрозуміти та скерувати моделі поведінки та емоції працівників. Отже, наявність високого рівня емоційного інтелекту сприяє підвищенню продуктивності та ефективності праці менеджерів з персоналу підприємств.

Література.

1. Щегініна Л. В., Рудакова С. Г., Заєць А. І. Емоційний інтелект в управлінні персоналом: підходи до розуміння та його розвиток. *Бізнес Інформ*. 2019. № 3. С. 385-393.
2. Корман М. М. Емоційний інтелект персоналу як основа ефективного розвитку організації. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. Економічні науки. 2013. Вип. 24. С. 92.

26. Застосування технологій нейромаркетингу в компанії

Даніл Петренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасному світі необхідно мати інноваційний та ефективний маркетинговий підхід. Технології нейромаркетингу стали популярним інструментом для більш точного розуміння споживачів та їх потреб. Розглянемо, як компанії використовують нейромаркетинг для досягнення своїх цілей.

Матеріали і методи. Методичну основу дослідження складають загальнонаукові методи теоретичного та емпіричного пізнання (аналіз, синтез) та логічне узагальнення. Дослідження проведено на основі таких матеріалів як навчальні посібники, статті у фахових виданнях, офіційні дані сайтів.

Результати. Нейромаркетинг – це наука, яка вивчає, як мозок реагує на маркетингові стратегії; використовує методи нейронауки для дослідження поведінки споживачів та їх реакції на маркетингові стратегії. Нейромаркетинг дозволяє компаніям отримати більш точне розуміння того, як споживачі реагують на їх продукти та послуги. Він допомагає вивчити різні аспекти поведінки споживачів; дозволяє компаніям підібрати оптимальну маркетингову стратегію, що приведе до більш високої ефективності рекламних кампаній та збільшення продажів. Вивчення реакції споживачів на різні види реклами, допомагає визначити найбільш ефективні способи привернення уваги до продукту або послуги. Наприклад, дослідження показують, що користувачі соціальних мереж частіше реагують на рекламу з зображенням людей, ніж на рекламу з товарами. Нейромаркетинг дозволяє компаніям досліджувати, як споживачі сприймають дизайн продуктів та послуг. Вивчення сприйняття кольорів, форм та інших елементів дизайну допомагає покращити їх привабливість для споживачів та збільшити продажі. ЕЕГ дозволяє досліджувати активність мозку споживачів та їх реакцію на рекламні матеріали. Це дає можливість підібрати оптимальні маркетингові стратегії та вивчити реакцію споживачів на різні види реклами. ФМРТ дозволяє досліджувати, як мозок споживачів реагує на різні стимули, включаючи рекламу та дизайн продуктів. Це дозволяє компаніям підібрати оптимальні стратегії маркетингу та покращити дизайн продуктів. Поведінкова експертиза дозволяє досліджувати, як споживачі взаємодіють з продуктами та послугами компанії. Це допомагає покращити їх якість та визначити найбільш ефективні способи комунікації зі споживачами.

Висновок. Використання технологій нейромаркетингу дозволяє компаніям покращити ефективність своєї маркетингової стратегії та збільшити продажі продуктів та послуг. Дослідження сприйняття реклами та дизайну продуктів допомагають компаніям зрозуміти, як споживачі сприймають їх продукцію та як можна її покращити. Інтеграція технологій нейромаркетингу в роботу компанії може забезпечити їй конкурентну перевагу та допомогти залучити нових клієнтів. Проте, варто пам'ятати, що ці технології мають свої обмеження та не можуть замінити традиційні методи маркетингу. Вони можуть бути ефективні тільки в поєднанні з іншими маркетинговими стратегіями.

Література

1. Ільченко К. Що таке нейромаркетинг і для чого він потрібен бізнесу. URL: <https://neuro-knowledge.com/uk/what-is-neuromarketing/>.
2. Нейромаркетинг у бізнесі й продажах. *Торгософт*. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/neuromarketing/>.

27. Управління талантами підприємства – новий HR-тренд у діяльності підприємства

Максим Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Управління талантами є складовою успіху будь-якого підприємства. Управління талантами – це процес, який включає пошук, розвиток, збереження та використання талантів для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Матеріали і методи. В роботі методом теоретичного логічного узагальнення запропоновані виклики впливу на сучасне управління талантами підприємства.

Результати. Одним із викликів, що стоять перед підприємствами, є пошук талановитих працівників. Для забезпечення якісного процесу пошуку підприємства можуть використовувати різні методи: активне залучення талановитих кандидатів, використання соціальних мереж та інтернет-платформ для пошуку кандидатів. Другий виклик – чітке розуміння потреб підприємства щодо кваліфікаційних характеристик талантів. Для того, щоб працівники залишалися мотивованими та були готові приймати виклики, підприємства повинні забезпечувати можливості для навчання та розвитку. Розвиток талантів можна здійснювати через тренінги, семінари, менторство, коучинг, підвищення кваліфікації, програми обміну та інші методи. Крім того, важливо створити креативне середовище, де працівники можуть ділитися своїми знаннями, ідеями та командним досвідом. Третім викликом є збереження талантів на підставі забезпечення працівникам розвитку, кар'єрного зростання, конкурентної зарплати, бонусної системи, заходів соціальної спрямованості, а також, задоволення від роботи. Четвертим викликом є використання талантів для досягнення стратегічних цілей підприємства, зокрема, впровадження інноваційних проєктів, підвищення ефективності бізнес-процесів та конкурентоспроможності на ринку. Для того, щоб успішно впоратися з цими викликами, підприємства повинні використовувати різні інструменти: системи оцінки талантів і інтелектуальної безпеки, програми веллбеінгу, мотивації і стимулювання, навчання і розвитку, які дозволяють досягти певних цілей. Важливо встановити комунікаційні канали між талантами та топ-менеджментом, щоб працівники мали можливість висловити свої креативні ідеї та пропозиції, а керівництво могло б дізнатися про проблеми та оперативно, своєчасно реагувати на потреби працівників компанії.

Висновки. Отже, управління талантами є важливим елементом стратегічного управління підприємством, який дозволяє забезпечити розвиток та конкурентоспроможність компанії у майбутньому. Виклики, пов'язані з управлінням талантами, можуть бути успішно впорані, якщо підприємства будуть використовувати ефективні інструменти та підходи, щоб забезпечити розвиток талантів та їхнє ефективне використання для досягнення стратегічних цілей компанії.

Література

1. Талант-менеджмент, внутрішній хантінг та навчання – досвід успішної релокації від Данон в Україні. 2022. URL: <https://delo.ua/business/talant-menedzment-vnutrisnii-xanting-ta-navcannya-dosvid-uspishnoi-relokaciyi-vid-danon-v-ukrayini-405367/>.

2. Щьокіна Є. Ю., Задорожнюк Н. О., Білоусова І. А. Система управління талантами в сучасних організаціях. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 43. С. 347-351. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2020_43_65.

28. Впровадження технологій коучингу на підприємстві

Дмитро Поліщук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день одним з дієвих інструментів, що підвищують рівень ефективності управління підприємством є коучинг, який використовують в провідних країнах не лише великі міжнародні компанії, але й малі та середні.

Матеріали і методи. Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків в яких розроблялися різні аспекти використання коуч-технологій в управлінні людськими ресурсами. Використані методи аналізу, синтезу, узагальнення та наукової абстракції.

Результати. Коучинг є сукупністю методів, інструментів, методик спрямованих на виявлення та реалізацію потенціалу людини або колективу, шляхом самостійного надання відповідей на питання поставлених коучем [2]. Він спрямований на формування поведінки працівника таким чином, щоб максимально забезпечити самостійність та ефективність прийнятих ним рішень. Коучинг допомагає розвивати персонал підприємства з середини, починаючи з рядового працівника до керівника. При цьому поєднуються два основних принципи управління персоналом: принцип усвідомленості та принцип відповідальності. Передумовою запровадження технологій коучингу є віра в унікальний творчий потенціал та здібності кожного працівника, колективу підприємства, що дозволяють досягати високих позитивних результатів у виробничо-господарській діяльності [1].

У разі, якщо коучинг здійснюється за участю керівників вищого рівня управління, він стає вагомим аспектом управління. Такий метод є найбільш практичним для використання на підприємствах, адже він спрямований на розвиток як кожного співробітника, так і на розвиток всього підприємства в цілому та приводить до того, що співробітники бажають виконувати свою роботу, а не працюють за примусом. Таке ставлення впливає на людський фактор, що є одним із найголовніших чинників ефективної праці підприємства. Система управління персоналом підприємства в стилі коучингу допомагає сформувати системне мислення та задіяти колективний «розум» підприємства, розширити його потенціал.

Висновки. Отже, коучинг є методом розвитку та використання потенціалу як лідерів, так й підприємства в цілому, а також може бути розглянутий як метод професійної та особистісної самореалізації й самоактуалізації, тому враховуючи сучасні умови діяльності вітчизняних підприємств потребують додаткового дослідження питання щодо можливостей використання коучингу як нового стилю управління на підприємствах та подолання існуючих його недоліків на практиці.

Література

1. Вітмор Дж. Ефективний коучинг: принципи і практика [Coaching for Performance]. Київ : КМ-Букс, 2019. 336 с.
2. Тертична Л. І., Дегтяр А. А. Коучинг в системі управління трудовим потенціалом підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1528>. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-41-6.

29. Роль мотиваційного менеджменту персоналу на підприємствах харчової промисловості

Дарина Радкович

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мотиваційний менеджмент персоналу є ключовим аспектом успішності підприємства харчової промисловості, адже цілеспрямоване керівництво та підтримка працівників є дієвими методами забезпечення його розвитку та процвітання.

Матеріали і методи. В даному дослідженні були використані теоретичний та емпіричний методи. Інформаційною базою є підручники, посібники та наукові статті.

Результати. Способом ефективного управління персоналом за допомогою впровадження наявних методів мотивації, з метою отримання максимальної віддачі від працівників є мотиваційний менеджмент персоналу [2]. Підходи до мотивації працівників можуть бути різними, але в основі будь-якої успішної системи мотивації персоналу знаходиться розуміння того, що робить людей щасливими і задоволеними на роботі.

Одним з найважливіших аспектів мотиваційного менеджменту є створення атмосфери, де працівникам надається можливість відчувати свою важливість для підприємства. Це може бути досягнуто шляхом надання можливостей для професійного розвитку, визнання досягнень, фінансових заохочень та інших форм мотивації. Система бонусів та премій також може стимулювати працівників до досягнення високих результатів та відзначення їхнього внеску в успіх підприємства [1]. Проте, важливо пам'ятати, що ці мотиватори повинні бути справедливими та доступними всім працівникам підприємства.

Ефективний мотиваційний менеджмент також передбачає визнання досягнень та внеску кожного працівника в успіх підприємства. Це допомагає підвищити моральний дух працівників та збільшує їхню мотивацію до подальших досягнень. Крім того, визнання досягнень може бути однією з найбільш ефективних форм мотивації працівників, що дозволяє підтримувати високу продуктивність та залученість до роботи. Наприклад, надання премій, подяк чи публічного визнання працівника за досягнення певних цілей може допомогти підтримувати мотивацію та продуктивність працівників на високому рівні [3].

Висновки. Мотиваційний менеджмент персоналу відіграє важливу роль в забезпеченні сталого розвитку підприємств харчової промисловості. Для досягнення цієї мети необхідно створити сприятливе середовище для працівників, надати можливості для професійного розвитку та стимулювати досягнення високих результатів.

Література

1. Драган О., Болотіна І. Особливості мотиваційного менеджменту на підприємствах харчової промисловості. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1497>. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-55>.
2. Колісник І. О., Кохан В. П. Мотиваційний менеджмент : Навчальний посібник. Київ : Атіка, 2020. 314 с.
3. Поліщук Н. В., Літвінова Ю. В., Літвінова Т. І. Мотиваційний менеджмент у сучасному бізнесі: теорія та практика : монографія. Київ : Видавничий дім «Слово», 2020. 192 с.

30. Організація процесу онбордингу персоналу на сучасних підприємствах у воєнний час

Марія Свиріденко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Попри повномасштабну війну, бізнес в Україні не зупинився: він продовжує працювати й розвиватися та потребує для цього робочої сили. Компанії стали ще прискіпливіше ставитися до онбордингу, аби якомога більше новачків пройшли випробувальний термін і залишились у команді надовго.

Матеріали і методи. В роботі використані розробки українських та іноземних науковців і практиків щодо розвитку та вдосконалення процедур онбордингу, які були опрацьовані методами логіки і теоретичного узагальнення.

Результати. Онбординг - це процес ознайомлення з корпоративною культурою, прийняттями в компанії підходами для вирішення завдань і побудови ефективної взаємодії з командою. Основне правило онбордингу воєнного часу – це забезпечення комфортної адаптації та оперативної підтримки в онлайн-форматі. Якщо людині некомфортно працювати вдома через велику кількість людей в помешканні, можна запропонувати їй місце в коворкінгу з компенсацією оренди або забезпечити доступ до офісу. Ще одне обов'язкове правило онбордингу під час війни - піклування про безпеку команди. Це потрібно, щоб враховувати всі нюанси при плануванні робочого навантаження людини та вчасно надавати їй необхідну допомогу. Якщо у вас під час онбордингу немає можливості спілкуватися з новачком щотижня, є інструмент, здатний допомогти відстежувати його психологічний стан – mental care check up. Він може мати вигляд опитувальника, що має на меті з'ясувати задоволеність work-life балансом, рівень стресу та фактори, які можуть заважати продуктивній роботі працівника [1].

В результаті нових умов в країні, компанії вивчають, як адаптувати працівника, вони грамотно і серйозно підходять до онбордингу. Загалом, адаптація нових працівників під час воєнного стану мало чим відрізняється від звичайної, якщо підприємства встигли перелаштуватися на онлайн під час пандемії. З іншого боку, дещо таки змінилося: зараз важливо приділяти особливу увагу психічному здоров'ю, стресостійкості та безпеці команди. А отже, сьогодні як ніколи потрібно йти назустріч новим працівникам, завчасно передбачувати їхні запити, бути емпатичним, ініціативним та готовим допомагати – і не лише в робочих питаннях. HR менеджеру також варто бути на зв'язку з безпосереднім керівником новачка й запитувати про фідбек щодо адаптації. Якщо менеджеру через стрес чи емоційне навантаження не вдається ефективно й екологічно інтегрувати нову людину в команду, ці обов'язки варто передати або розділити з кимось. Такою людиною може стати ментор – досвідчений співробітник, який супроводжуватиме новачка під час випробувального періоду [2].

Висновки. Через війну процес адаптації персоналу для багатьох бізнесів став неактуальним, адже й рекрутинг «заморожений». Проте, в деяких галузях підбір триває, принаймні мінімальний, – наприклад, у ритейлі. А тому потрібно інтегрувати новачків у колективи й робочі процеси швидко і на довгий час.

Література

1. Онбординг у воєнний час: як допомогти новачкам адаптуватися. URL: <http://surl.li/fcmcr> (дата звернення: 24.02.2023).
2. Адаптація персоналу в умовах війни: 6 особливостей. URL: <http://surl.li/fcmcv>.

31. Інноваційні системи оплати праці працівників

Анастасія Федів

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогодні в Україні ще зберігаються застарілі та неефективні підходи до організації оплати праці працівників на підприємствах, що вимагає кардинальних змін в цій сфері і приведення у відповідність до змін трудового законодавства.

Матеріали і методи. В дослідженні проаналізовано наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців щодо застосування сучасних систем оплати праці працівників з використанням методів аналізу, синтезу логічного узагальнення.

Результати. Інноваційні системи організації праці спрямовані на забезпечення працівників матеріальними стимулами, які найефективніше можуть бути задіяні для ефективної діяльності підприємства. Під інноваційними розуміють такі системи оплати праці, які містять нововведення, забезпечують поліпшення трудових процесів, зростання якості продукції, що випускається (виконання робіт, надання послуг), підвищують ефективність діяльності працівників та підприємства в цілому [1].

Незважаючи на те, що універсального методу оплати праці, який би враховував інтереси і роботодавця, і співробітників не існує, в світовій практиці широко використовуються такі системи оплати праці, як безтарифні та гнучкі.

При безтарифних системах оплати праці заробіток працівників є їхньою часткою в колективному фонді оплати праці персоналу, що формується відповідно до результатів діяльності організації. Оплата праці працівників залежить від розміру загального фонду оплати праці, кваліфікаційного рівня працівників, їх освіти, коефіцієнта трудової участі, кількості відпрацьованого часу, складності виконуваної роботи, інтенсивності праці, умов праці, виробничого досвіду та інших факторів. Застосування безтарифних систем доцільно у разі фінансової нестійкості підприємства, яка не дозволяє гарантувати працівникові отримання заробітку, обумовленого відрядною або погодинною оплатою праці, а також при виконанні працівниками різних видів діяльності протягом робочого періоду. Їх перевагами є простота, доступність для розуміння механізмів нарахування винагород окремим працівникам, що підвищує значення стимулюючої функції оплати праці.

Сучасні гнучкі системи оплати праці працівників (розподільні, коефіцієнтні) пов'язані з пайовим розподілом фонду оплати праці працівників підприємства. Їхня основна відмінність від традиційних систем полягає в орієнтації на ринок, включаючи ринкову компоненту. Так, система грейдів розробляється на підставі бально-факторного методу та матрично-математичних моделей і відповідає вимогам конкурентоспроможності на ринку праці.

Висновки. Таким чином, для узгодження інтересів працівників та роботодавців доцільно застосовувати інноваційні форми оплати праці, до яких належать безтарифні та гнучкі системи, системи грейдів та інші системи, які успішно використовуються за кордоном адаптуючи їх в українську практику, оскільки вони враховують трудові навички, орієнтуються як на індивідуальні, так і на групові робочі місця та види робіт.

Література

1. Луценко О. Є. Інноваційні системи оплати праці в період економічної стагнації. Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. 2022. Серія Право. Випуск 70. С. 231-236. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2022/05/37.pdf>.

32. Сучасні тенденції розвитку нейроменеджменту на підприємстві

Марія Свиріденко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успіх сучасного бізнесу неможливий без впровадження нових підходів до процесу ухвалення управлінських рішень та управління персоналом з використанням теорії нейроменеджменту, яка зародилась завдяки досягненням нейронауки.

Матеріали і методи. В роботі використані розробки українських та іноземних науковців і практиків щодо використання прихованого потенціалу мозку персоналу, які були опрацьовані методами логіки і теоретичного узагальнення.

Результати. NeuroManagement – іноді також відомий як Neuro Leadership або Neuro Coaching – це кардинально новий підхід в управлінні персоналом, який базується на знаннях про роботу мозку людини. Останні дослідження мозку надають нам більш ефективні методи управління собою та персоналом. Це вчення пропонує керівнику компанії більш дієві інструментарії та методологію менеджменту і, відповідно, продуктивності бізнесових структур на основі нейропсихологічних особливостей менеджерів різних рівнів управління для спрямування їхніх зусиль на підвищення ефективності управлінського процесу [1]. Тому на сьогоднішній день виник нейроменеджмент організацій – синтез менеджменту та науки про людину. Управлінські інструменти, які з'являються у результаті використання цих знань, допоможуть отримати кращі результати у бізнесі, що позитивно позначиться на якості життя людей у сучасному суспільстві. Нестандартні підходи нейроменеджменту дадуть змогу значно покращити якість управління підприємствами та організаціями. Якщо людьми управляють, враховуючи їх природні здібності і таланти, вони працюють найбільш продуктивно і креативно, є внутрішньо мотивованими та більше цінують свою роботу. А це має позитивні результати як для самого бізнесу, так і для людей, які в ньому задіяні. При цьому підвищується якість продукції та послуг, які пропонує організація для споживання суспільством, що призводить до поліпшення якості життя сучасних людей [2].

З точки зору нейроменеджменту, метафори – ще один з найсильніших способів змінити сприйняття людини. Це розкриття сутності одного предмета чи явища через особливості іншого. На глибинному рівні метафори й історії діють як парадигми і визначають те, що люди бачать, як думають і працюють. Вони є рамками, за допомогою яких відбувається природний відбір ідей. Через підсвідомість людини проходить неймовірна кількість ідей, але на рівень свідомості переходять лише ті з них, які може сприйняти наше ментальне середовище. Тому люди будуть сприймати ті чи інші ідеї, якщо їх ментальне середовище буде до цього готове [3].

Висновки. Сьогодні необмежені можливості мозку людини потребують фундаментальних науково-теоретичних досліджень та використання концепції нейроменеджменту в практичній управлінській діяльності.

Література

1. Пашенко О. П. Нейроменеджмент в сучасному бізнес-середовищі. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/181.pdf> (дата звернення: 14.03.2023).
2. Нейроменеджмент організацій як інструмент підвищення якості життя людей у сучасному суспільстві URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/103>.
3. Нейроменеджмент як сучасний напрям розвитку управління. URL: <https://dspace.sfa.org.ua/handle/123456789/1365> (дата звернення: 14.03.2023).

33. **Форми та методи розрахунку заробітної плати для співробітників (резидентів та нерезидентів), які працюють віддалено та отримують оплату на криптовалютний гаманець**

Павло Філозоп

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах інформаційних технологій і глобалізації економіки виникають нові форми роботи, у т. ч. віддалена робота, яка стає все більш популярною. Це призводить до складнощів у розрахунку заробітної плати, особливо для співробітників, які отримують оплату на криптовалютний гаманець, нерезидентів, які працюють віддалено. Це викликає необхідність зміни форм та методів розрахунку заробітної плати.

Матеріали і методи. Використані матеріали статей, блогів з питань обігу криптовалюти, практичний досвід розрахунків, нормативні документи, що регулюють сферу обігу нематеріальних активів.

Результати. Деякі держави визнають криптовалюту як законні засоби платежу, інші – ні. Якщо держава не визнає криптовалюту, роботодавець може зіткнутися з проблемами при розрахунку податків, а також при отриманні працівниками оплати на криптовалютний гаманець. Для розрахунку заробітної плати співробітників, які працюють віддалено та отримують оплату на криптовалютний гаманець, можна використовувати різні методи. Якщо робота виконується для закордонного замовника, то оплата може здійснюватись в іноземній валюті. Необхідно враховувати курс валюти та конвертувати оплату у національну валюту при розрахунку податків. У випадку, якщо співробітник є нерезидентом, йому може бути надано податкове звільнення або знижену податкову ставку відповідно до міжнародних договорів про оподаткування. Для обліку оплати у криптовалюті необхідно враховувати зміну курсу на момент виплати заробітної плати. Слід враховувати, що криптовалюта може бути використана в нелегальних операціях, тому необхідно дотримуватися запобіжних заходів. Переваги: 1) безпека: використання криптовалюти для оплати заробітної плати може забезпечити вищий рівень безпеки, ніж традиційні методи оплати. Криптовалюта використовує криптографічні технології, які забезпечують високий рівень захисту від шахрайства та крадіжки; 2) швидкість: зарахування заробітної плати на криптовалютний гаманець; 3) комісії з використанням криптовалюти для виплати заробітної плати зазвичай нижчі, ніж при використанні традиційних методів оплати; 4) криптовалюта є глобальною і може використовуватися для виплати заробітної плати віддаленим співробітникам з різних країн, незважаючи на відмінності у валютах та їх курсах. Недоліки: 1) низька поінформованість; 2) ціни на криптовалюту мають високу волатильність; 3) юридичні та податкові аспекти; 4) технічні проблеми.

Висновки. При розрахунку заробітної плати для працівників, які працюють віддалено та отримують оплату на криптовалютний гаманець, необхідно враховувати безліч факторів: правовий статус криптовалюти, методи та форми оплати, податкові закони та правила, зміну курсу криптовалюти тощо. Для уникнення порушення податкового законодавства та забезпечення справедливої оплати праці працівників необхідно проводити розрахунки з дотриманням усіх місцевих законів та правил.

Література

1. KPMG. (2020). Paying employees with cryptocurrency. URL: <https://cutt.ly/T8xEuKy> (дата звернення: 1.03.2023).
2. PwC. (2021). Remote work and the future of work. URL: <https://cutt.ly/S8xELK4>.

34. Удосконалення нематеріальної мотивації як чинник підвищення ефективності праці на підприємстві

Едуард Чичканьов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Проблеми створення ефективної системи нематеріальної мотивації персоналу на підприємстві вкрай актуальні у контексті того, що мотивація виступає одним з ключових чинників підвищення продуктивності праці працівників.

Матеріали і методи. У роботі використані дослідження науковців та компаній щодо покращення нематеріальної мотивації персоналу на підприємстві.

Результати. Нематеріальна мотивація, як і матеріальна, є рушійною силою для працівника підприємства, яка спонукає його до дій через визначені мотиви, які лежать в основі його поведінки, тому обґрунтоване стимулювання працівників та дієве їх мотивування до діяльності надають суттєві переваги у процесі ефективного функціонування підприємства [1, с. 75]. На це звертають увагу чисельні теорії мотивації та пояснюють чому нематеріальна мотивація допомагає краще матеріальній. Однією з них є теорія очікувань Віктора Врума, яку він представив в 1964 році у своїй роботі «Праця і мотивація». Вона ґрунтується на тому, що не тільки потреби мотивують людину [2].

Для побудувати ефективної системи нематеріальної мотивації потрібні цілі, бачення та місія підприємства. Тому потрібно придумати ідею, за якою йтимуть співробітники. Для цього можна створити групу із представників відділів, цехів підприємства для різних мотиваційних програм працівників, розробити івент-план, який регулюватиме життя всередині підприємства. Забезпечення гнучкого графіка для працівників також матиме мотиваційний вплив, так як працівники не будуть перевтомлюватися і зрештою звільняться. Гарним бонусом буде вручення путівок та квитків на культурні заходи, періодично організувати корпоративні заходи де співробітники зможуть відпочити. Потрібно публічно хвалити співробітників та організовувати конкурси та квести, складати плани кар'єрного зростання щоб співробітник знав, що досягнення більш високого професійного рівня відкриває йому нові перспективи у майбутньому. Керівник також має вітати співробітників з важливими датами: ювілей, весілля, день народження дитини тощо.

Керівник має створити комфортні умови праці та надати більше свободи при виконанні поставлених завдань. Правильним кроком буде допомога в сімейних справах, зокрема надання транспорту для переїзду. Підприємство також може надавати знижки на товари та послуги.

Висновки. Нематеріальні заохочення у багатьох випадках відіграють більшу роль ніж матеріальні. Нематеріальні заохочення показують наскільки керівники та компанія дбають про своїх співробітників.

Література

1. Ігнатюк В., Туніна Г. Мотивація персоналу як фактор підвищення ефективності системи управління підприємством. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2023. Vol. 2, No. 1, pp. 75-83. URL: <https://isg-journal.com/isjmef/article/view/269/144>.

2. Нематеріальна мотивація: перелік дієвих способів підвищити залученість персоналу. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/nematerialna-motivatsiya-perelik-diyevih-sposobiv-pidvischiti-zaluchenist-personalu> (дата звернення: 19.03.2023).

35. Управління конфліктами на підприємстві

Дар'я Штефан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Навіть у досить дружньому трудовому колективі згодом можуть виникнути конфлікти. Тому кожному керівнику важливо мати знання та навички щодо управління конфліктами.

Матеріали та методи. В цій роботі застосовано спеціальні та загальнонаукові методи. Теоретичною основою є наукові роботи зарубіжних та вітчизняних вчених.

Результати. Про актуальність та значення теми конфліктів засвідчує велика кількість науковців та їх робіт, які стосуються даної проблематики. Можна виділити роботи таких науковців, як Гриненко А. М., Мельник О. Г., Фоллета М., Борцов Ю. С., Чухрай Н. І., Запрудський Ю. Г., Мороз О. В., Сафьянова В. І., Батракова Т. І., Герасіна Л. М., Ємельяненко Л. М., Ішмуратов А. Т., Осіпова Н. П. та ін.

Є безліч понять та визначень терміну конфлікт. На нашу думку, конфлікт – це різне бачення працівників щодо будь яких тем, які призводять до суперечок. Загалом даний термін походить від латинського слова *conflictus*, переклад якого означає «сутічка, зіткнення». Загалом науковці виділяють основні чотири типи конфліктів:

1. внутрішньоособистісний (конфлікт в середині людини);
2. міжособистісний (між двома людьми);
3. між особою і групою (між людиною та групою людей);
4. міжгруповий (між двома групами).

Іноді конфлікти можуть переростати в інші типи конфліктів.

Наслідки конфлікту бувають як позитивні так і негативні. До позитивного можна віднести поліпшення якості виконаної роботи, зменшення стресового стану, вирішення всіх непорозумінь, самореалізація особистостей, реальне бачення людини. До негативних наслідків слід віднести: агресивність до колег, втрата бажання працювати, відсторонення від колективу, зниження ефективності роботи, виникнення стресу.

Управління конфліктами на підприємстві є досить важливою темою, тому що керівництво підприємства повинно розуміти всі позитивні і негативні сторони, та визначити для себе як їх вирішувати.

Методи вирішення конфліктів на підприємстві бувають різні. Досить продуктивними методами щодо вирішення конфлікту є переговори та бажання конфліктуючих сторін йти на компроміс. Якщо дані методи не є досить дієвими то, керівництво підприємства може вдаватися до інших методів урегулювання конфлікту, зокрема: прийняття рішення про звільнення, проведення бесіди із учасниками конфлікту, переведення їх в інші відділи або розмежування посадових обов'язків і сфер відповідальності.

Висновки. Таким чином управляти конфліктами на підприємстві можна та потрібно. Головне з'ясувати та зрозуміти розбіжності в думках людей які конфліктують, визначити мету конфлікту та їх ціль.

Література

1. Городняк І. В. Методологічні засади дослідження управління конфліктами в організації. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 6. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-6-04-01/2022-6-04-01> (дата звернення: 18.03.2023).

36. Оптимізація витрат на персонал підприємства харчової промисловості

Олександр Щерецький

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У наш час тема оптимізації витрат, в т. ч. і на персонал, на будь-яких підприємствах є завжди актуальною, адже економіка постійно розвивається і потребує найвигідніших рішень щодо її розвитку. Персонал є ключовою ланкою підприємств харчової промисловості, що потребує значних витрат, тому дослідження цієї теми дає розуміння шляхів підвищення ефективності його використання.

Матеріали і методи. У роботі використано матеріали наукових досліджень викладених в монографіях та статтях, посібниках, на сайтах. Використовувалися загальнонаукові методи дослідження: аналіз, синтез та узагальнення.

Результати. Оптимізація витрат на персонал розглядають як процес пошуку такого стану системи управління коштами підприємства, який забезпечує високу продуктивність працівників та покращення умов, при чому витрати на них мають бути раціональними. Для того, щоб скласти план вдосконалення механізму витрат на робітників, потрібно враховувати сучасні тенденції та бажання самих працівників підприємства харчової промисловості, наприклад, прагнення працівників, особливо молодого віку, до вільного графіку роботи. Тому для оптимізації витрат на персонал найбільш вигідними є наступні шляхи:

1. Аутсорсинг – передача частини непрофільної роботи іншій організації, яка в цьому спеціалізується [1]. Цей варіант вигідний тим, що не витрачаються кошти на оплату фахівців, у яких обсяг роботи дуже малий та не є основною діяльністю підприємства.

2. Зміна графіку роботи. Інколи підприємству вигідно внести корективи в графік робочого дня, адже такі майбутні спеціалісти, як студенти, не завжди мають можливість працювати повний робочий день або п'ять днів на тиждень. Проте вони є вигідними, адже їх можна навчити саме під інтереси організації з урахуванням всіх її чинників і особливостей.

3. Дистанційна робота [2]. Цей шлях є вигідним для обох сторін договору, адже, з урахуванням сучасних тенденцій та професій, працівник більш зацікавлений працювати віддалено, а підприємство, в свою чергу, отримує зменшення витрат (медична страховка, господарські витрати, витрати на облаштування та утримання робочого місця), а також в деяких випадках не втрачає працівника під час декретної відпустки.

4. Лізинг. Рентабельний варіант, особливо при сезонності виконання певних робіт на підприємстві. У такій ситуації організація, не змінюючи штат персоналу та не витрачаючи зайві кошти, отримує професійне виконання робіт, що задовольняє інтереси всіх.

Висновки. Оптимізація витрат на персонал підприємства харчової промисловості буде завжди провідною темою для керівників, тому потрібно постійно впроваджувати ефективні сучасні методи в цій сфері.

Література

1. Оптимізація витрат на персонал: Перевірені способи зниження витрат підприємства. URL: <https://sahno-group.com.ua/blogpost/optymizatsiya-vytrat-na-personal> (дата звернення: 16.03.2023).

2. Сучасні проблеми управління персоналом : монографія / Архіпова Н. І. та ін. Прогрес, 2023. 175 с.

20.5.

Economic and legal business support

Chairperson – professor Анатолій Зайнчковський
Secretary – associate professor Тетяна Іванюта

20.5.

Економіко-правове забезпечення бізнесу

Chairperson – professor Anatolii Zainchkovskyi
Secretary – Tetiana Ivaniuta

1. Трудовий договір із нефіксованим робочим часом: новела трудового законодавства

Ольга Ткаченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Український парламент продовжує активно оновлювати трудове законодавство, адаптуючи його до сучасних економічних умов. Серед новел трудового законодавства України потрібно виділити запровадження нового поняття, а саме трудового договору із нефіксованим робочим часом, який серед широкого загалу отримав назву закон про фрілансерів.

Матеріали і методи. Під час роботи над дослідженням були проаналізовані законодавчі та нормативно-правові акти України, використовувався формально-логічний метод наукового пізнання.

Результати. Трудовий договір з нефіксованим робочим часом може використовуватися роботодавцями у випадках, коли у них виникає потреба у залученні працівників на нерегулярній основі для виконання тих чи інших робіт, які носять непостійний, але повторюваний характер, що характерно для фрілансу. До прийняття Закону № 5161 проблема залучення працівників у таких випадках полягала в тому, що укласти з ними трудові договори на умовах, визначених Кодексом законів про працю України, було недоцільно, так як роботодавець не має можливості забезпечувати їх роботою на постійній основі, як цього вимагає працевлаштування на умовах трудового договору. Зазвичай з ними або укладалися цивільно-правові договори, або співпраця здійснювалася взагалі без будь-якого документального оформлення, відповідно, вони не могли користуватися тими соціальними гарантіями, які має працівник за трудовим договором.

Трудовий договір із нефіксованим робочим часом – це особливий вид трудового договору, за яким працівник виконує роботу лише у разі надання роботодавцем такої роботи без жодних гарантій її надання і без встановлення конкретного часу на виконання цієї роботи. [1, ст. 21-1]

В європейській практиці такий договір давно існує і має назву Zero hours contract.

Особливостями даного договору є можливість роботодавця самостійно визначати необхідність та час залучення працівника до роботи, обсяг його роботи. В передбачений трудовим договором строк роботодавець погоджує з працівником режим роботи та тривалість робочого часу, необхідного для виконання відповідної роботи. При цьому обов'язковим є дотримання вимог законодавства щодо форми договору, тривалості робочого часу та часу відпочинку, оплати праці та інших положень трудового законодавства України.

Крім того, у трудовому договорі з нефіксованим робочим часом можуть встановлюватися додаткові підстави для його припинення, які повинні бути пов'язані із здібностями чи поведінкою працівника.

Примірна форма трудового договору з нефіксованим робочим часом затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері трудових відносин.

Висновки. Цілком позитивним є процес вдосконалення трудового законодавства в сучасних умовах. Правове регулювання трудових відносин між роботодавцями і працівниками, що мають непостійний характер, і в межах яких робота виконується погодинно і дистанційно, вже давно вимагало законодавчого закріплення. Запровадження правової регламентації даного договору має всі можливості легалізувати та витягнути з тіні зазначену сферу трудових відносин.

Література.

1. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. Дата оновлення 07.03.2023. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#n130>

2. Поняття та причини інвалідності, як юридичного факту втрати працездатності

Поліна Рудовська, Ольга Ткаченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конституція України проголошує: всі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах. Важливою також є норма Конституції України, яка закріплює, що громадяни мають рівні конституційні права і свободи та є рівними перед законом. Не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками [1].

Матеріали і методи. Було використано методи синтезу та аналізу. Матеріали - нормативні та законодавчі акти України та наукові роботи вітчизняних вчених.

Результати. У сучасних умовах інвалідність є соціальним явищем, уникнути якого не може жодне суспільство. На жаль, за останні роки в нашій країні прослідковується тенденція щодо значного збільшення кількості осіб з інвалідністю. Реалії сьогодення дозволяють констатувати той факт, що особи з інвалідністю належать до найбільш незахищених верств населення, які позбавлені деяких базових життєвих благ; також досить часто залишаються поза увагою проблеми зайнятості та працевлаштування, що потребують достатньої уваги з боку держави.

Чинне вітчизняне законодавство визначає три групи інвалідності. Особі, що визнана особою з інвалідністю, залежно від ступеня розладу функцій органів і систем організму та обмеження її життєдіяльності, встановлюється I, II чи III група інвалідності (від чого залежить і розмір соціальної виплати). Підкреслимо, що I група інвалідності поділяється на підгрупи А і Б залежно від ступеня втрати здоров'я особи з інвалідністю та обсягу потреби в постійному сторонньому догляді, допомозі або нагляді.

Поняття «інвалідність» пов'язується з поняттям «непрацездатність». Непрацездатність - це неспроможність людини до праці за станом здоров'я, віком та іншими підставами, що передбачені законом. Пенсія по інвалідності призначається лише непрацездатним громадянам, а факт стійкої непрацездатності є умовою для визначення права на пенсію по інвалідності й одним із елементів такого складного юридичного факту, як інвалідність. Вважається, що людина може залишитися повністю або частково непрацездатною за своїм фахом, якщо вид праці, режим, санітарно-гігієнічні умови тощо стають недоступними внаслідок хвороби чи каліцтва.

Висновок. Кожна людина з будь-якою групою інвалідності, має право на працю, а встановлення інвалідності не може бути підставою для звільнення. Безперечно, встановлена працівникові група інвалідності свідчить про обмеження чи втрату ним працездатності, але не кожне обмеження чи втрата працездатності можуть призводити до невідповідності працівника займаній посаді або виконуваній роботі.

Література:

1. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 року // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні: Закон України від 21 березня 1991 року № 875-XII // Відомості Верховної Ради УРСР. 1991. № 21. Ст. 252.
3. Про реабілітацію осіб з інвалідністю в Україні: Закон України від 6 жовтня 2005 року № 2961-IV // Відомості Верховної Ради України. 2006. № 2. Ст. 36.

3. Мобінг на роботі: що це і яке покарання чекає на кривдників

Ольга Ткаченко, Аліна Косянчук

Національний університет харчовий технологій, Київ, Україна

Вступ. Комфортний мікроклімат у трудовому колективі є одним із важливих умов ефективної праці, проте зараз виникла проблема у розповсюдженні мобінгу, який руйнує дружню атмосферу в колективі.

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

Результати. Кодексом законів про працю України (КЗпП) зазначено, що працівники мають право на здорові і безпечні умови праці, на гідне ставлення з боку роботодавця, інших працівників. Працівникові, який став жертвою утисків під час виконання трудових обов'язків, гарантовано правовий захист, а також забезпечення особам, які зазнали таких дій, права на звернення за захистом своїх прав. Мобінг розглядається як один із різновидів цькування. Найчастіше мобінг проявляється як психологічне знущання над колегою чи групою працівників або керівництвом.

Мобінг – це систематичні (повторювані) тривалі умисні дії або бездіяльність роботодавця, окремих працівників або групи працівників трудового колективу, які спрямовані на приниження честі та гідності працівника, його ділової репутації, у тому числі з метою набуття, зміни або припинення ним трудових прав та обов'язків, що проявляються у формі психологічного та/або економічного тиску, зокрема із застосуванням засобів електронних комунікацій, створення стосовно працівника напруженої, ворожої, образливої атмосфери, у тому числі такої, що змушує його недооцінювати свою професійну придатність. [1, ст. 2-2]

Дане цькування слід розглядати як одну з форм дискримінації прав людини в трудових відносинах. Воно може проявитися через економічне, психологічне чи інше насильство з метою приниження гідності співробітника.

Щоб зрозуміти, чи присутній мобінг на роботі, варто звернути увагу на його варіанти: ігнорування працівника, його ізоляція; поширення неправдивих чуток; надмірна прискіпливість; відпускання гострих слів в бік потерпілого; завдання матеріальної шкоди тощо.

Людині, яка відчуває приниження і цькування на роботі, за допомогою слід звертатися до Державної служби з питань праці, яка реалізує державну політику у сфері нагляду та контролю за додержанням законодавства про працю або ж звернутись з позовною заявою до суду щодо визнання фактів цькування та їх усунення.

Крім того, за вчинення мобінгу чинним законодавством передбачена відповідальність, яка полягає у накладенні штрафу (адміністративна), звільненні (дисциплінарна), відшкодуванні нанесених збитків (цивільна). Відповідальність несуть як працівники, що скоїли мобінг, так і роботодавці, які його допустили.

Висновки. Отже, мобінг - це негативне явище, яке проявляється приниженням людської гідності працівника, створення напруженої, ворожої, образливої атмосфери та примушування учасника трудових відносин до зміни місця роботи. З мобінгом треба боротися і не допускати будь-які його прояви в колективі.

Література

1. Кодекс законів про працю від 10.12.1971 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#n130>

2. Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії мобінгу від 1.03.2019 р. № 10118. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65602.

4. Правове регулювання робочого часу у Польщі

Софія Цикалюк, Ольга Ткаченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним з правових інститутів трудового права є питання робочого часу. Законодавче регулювання питань щодо робочого часу є досить важливим не лише в Україні, а й в інших країнах. Зокрема і в Польщі.

Матеріали і методи. Під час дослідження аналізувалося чинне польське законодавство, використовувалися методи синтезу та аналізу, а також порівняння.

Результати. Основним документом, що регулює трудові відносини в Польщі є Трудовий кодекс [1]. Зокрема ним передбачено, що робочим часом у Польщі в трудових відносинах вважається час, коли працівник перебуває в розпорядженні роботодавця на робочому місці або в іншому визначеному місці. Система робочого часу в трудовому польському законодавстві визначає норми і рамки робочого часу. Він вказує, скільки годин на день і тиждень працівник може працювати протягом певного розрахункового періоду.

Нормальна тривалість робочого часу в Польщі не може перевищувати восьми годин на день і в середньому сорока годин при п'ятиденному робочому тижні (в середньому), за прийнятий розрахунковий період, що не перевищує 4 місяців. Тижнева норма робочого часу, разом з понаднормовими годинами, не повинна перевищувати 48 годин (в середньому) протягом прийнятого розрахункового періоду. [1, art.129]] Це найпоширеніша система робочого часу, яка використовується в Польщі. Для запровадження цієї системи робочого часу не потрібно ніяких особливих умов.

Згідно з Трудовим кодексом Польщі, режим робочого часу встановлюється кожним роботодавцем самостійно з погодженням з роботодавцем у Колективному трудовому договорі (колективній угоді), Правилах внутрішнього трудового розпорядку та в розпорядженні роботодавця.

У розумінні польського трудового права доба не дорівнює астрономічним 24 годинам, а тиждень не дорівнює календарному тижню. І день (24 години), і тиждень (7 календарних днів поспіль) починаються з часу, коли працівник приступає до роботи, згідно з графіком робочого часу, що застосовується до даного працівника.

Проте, роботодавець має можливість продовжити щоденний робочий час до 12 годин протягом розрахункового періоду, що не перевищує 1 місяця (3 місяці в особливо обґрунтованих ситуаціях, 4 місяці у випадку роботи, яка залежить від сезону або погодних умов). Таку можливість надає роботодавцю система еквівалентного робочого часу. У цій системі збільшення тривалості щоденного робочого часу врівноважується скороченням тривалості роботи в інші дні або наданням вихідних днів. Запровадження еквівалентної системи робочого часу має бути обґрунтоване видом роботи або її організацією. При такій системі робочого часу робота повинна виконуватися відповідно до графіка робочого часу, який складається заздалегідь і охоплює весь розрахунковий період.

Відмова від максимальної тривалості робочого дня можлива за письмовою заявою працівника, має бути узгоджено для кожного працівника та відображено в трудовому договорі. Подовження максимальної тривалості робочого часу, навіть якщо це допустимо, не повинно порушувати інші положення трудового законодавства.

Висновки. Отже, правове регулювання робочого часу в Польщі дуже схоже на регламентацію відповідних відносин в Україні, проте має свої особливості.

Література.

1. Трудовий кодекс Польщі. Kodeks pracy, z dnia 26 czerwca 1974 r. URL: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19740240141/U/D19740141Lj.pdf>

5. Використання об'єктів права інтелектуальної власності у господарській діяльності

Анна Бура, Олена Негода

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Об'єкти права інтелектуальної власності, такі як авторські права, патенти, товарні знаки, дизайн тощо, є важливими ресурсами для багатьох компаній, що дозволяє їм захистити свої інновації та конкурентні переваги, збільшити вартість бізнесу та залучити інвестиції.

Матеріали і методи Аналіз чинного законодавства України та наукової літератури з питань правового регулювання інтелектуальної власності

Результати Комерціалізація через використання об'єктів інтелектуальної власності у власному виробництві є найбільш прибутковою, оскільки весь прибуток від продажу інноваційного продукту, отриманого за допомогою об'єктів інтелектуальної власності, залишається у правовласника об'єкта інтелектуальної власності. Однак цей спосіб комерціалізації пов'язаний із значними стартовими витратами на доопрацювання об'єкта інтелектуальної власності, розробленням технології виробництва тощо. Однак, у разі успіху, продаж виробленої продукції компенсує ці витрати і, крім того, буде отриманий значний прибуток.

Забезпечення правового захисту власника інтелектуальної власності забезпечується державною реєстрацією відповідних прав, що здійснюється Національним органом інтелектуальної власності відповідно до затвердженого Порядку державної реєстрації авторського права і договорів, які стосуються авторського права на твір. Реєстрація прав на об'єкти права інтелектуальної власності дозволяє власникам таких прав забезпечити їх захист від незаконного використання.

Поширеним способом використання об'єктів інтелектуальної власності у господарській діяльності є внесення об'єктів інтелектуальної власності до статутного капіталу підприємства. Можливість використання нематеріальних активів в якості внеску до статутного капіталу визначена ч. 2 ст. 115 Цивільного кодексу України, ч. 1 ст. 86 Господарського кодексу України, ч. 1 та 2 ст. 11 Закону України «Про акціонерні товариства», ст. 13 Закону України «Про господарські товариства». Зазначені акти визначають загальні вимоги щодо вкладів засновників, а Закон України «Про страхування» прямо забороняє формування статутного капіталу внесенням нематеріальних активів.

Використання інтелектуальної власності в статутному капіталі дозволяє: сформувати статутний капітал без відволікання коштів й забезпечити доступ до банківських кредитів і інвестицій, використовуючи інтелектуальну власність як об'єкт застави нарівні з іншими видами майна; амортизувати інтелектуальну власність у статутному капіталі і замінити її реальними коштами, включаючи амортизаційні відрахування на собівартість продукції, тобто капіталізувати інтелектуальну власність; авторам і підприємствам - власникам інтелектуальної власності - стати засновниками (власниками) при організації дочірніх і самостійних фірм без відгалуження коштів.

Висновки Використання об'єктів права інтелектуальної власності є важливим ресурсом для господарської діяльності, який дозволяє захистити свої інновації та конкурентні переваги, збільшити вартість бізнесу та повернути інвестиції, тощо. Однак, використання цих об'єктів потребує дотримання правових аспектів та забезпечення прав власника на об'єкти права інтелектуальної власності.

6. Застосування правил Інкотермс у договірних відносинах суб'єктів господарювання

Марина Погоріла, Олена Негода

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. ІНКОТЕРМС (International Commercial Terms) – це міжнародні стандарт, що визначає умови поставки товарів між продавцем та покупцем. Вони включають в себе правила, які визначають відповідальність сторін за вантаж з моменту його передачі від продавця до покупця, умови оплати, митні процедури та інші зобов'язання.

Матеріали і методи. Дослідження здійснювалося на підставі чинного законодавства України.

Результати. Правила Інкотермс визначають стандартні умови, що застосовуються до міжнародної торгівлі. Вони містять 11 термінів, які позначають стандартні умови доставки товарів з однієї країни в іншу. Кожен термін має свої особливості та обов'язки для продавця та покупця. До найпопулярніших термінів належать: EXW (Ex Works), FCA (Free Carrier), CIF (Cost, Insurance and Freight), DAP (Delivered at Place). Застосування правил Інкотермс у договірних відносинах між суб'єктами господарювання дозволяє зменшити ризики та конфлікти, пов'язані з транспортуванням товарів з однієї країни в іншу. Продавець та покупець можуть обрати будь-який термін з правил Інкотермс, який найбільше відповідає їх потребам та умовам угоди. Загалом використання даних правил є корисним інструментом для забезпечення якісної та ефективної міжнародної торгівлі. У залежності від обраних правил Інкотермс, продавець та покупець визначають обов'язки щодо забезпечення транспортування, страхування, оплати податків та митних зборів, а також ризиків пов'язаних з доставкою товару. Наприклад, якщо угода між продавцем та покупцем базується на правилах Інкотермс "FOB" (Free on Board), то продавець має забезпечити доставку товару до порту відправлення та відправити товар на корабель. Ризик збитків чи пошкоджень, які можуть виникнути під час перевезення, переходить на покупця після того, як товар перевезений на борт корабля. У цьому випадку покупець має забезпечити страхування товару та відшкодування витрат на перевезення, включаючи митні збори та податки.

Попри всі переваги, використання правил Інкотермс має певні обмеження та недоліки. Наприклад, Правила не визначають способу оплати, а також не враховують специфічні вимоги до товару та умов транспортування, які можуть бути важливими для сторін угоди. Важливо мати на увазі, що правила Інкотермс не є правовими нормами, тож вони не можуть замінити національне законодавство та контрактні угоди між сторонами угоди.

Висновки. Застосування правил Інкотермс є важливим елементом договірних відносин між суб'єктами господарювання. Ці правила допомагають узгодити взаємні зобов'язання щодо доставки товару та розподілу ризиків між сторонами. Їх застосування сприяє підвищенню ефективності та економічної вигідності укладення міжнародних контрактів.

7. Правове регулювання аукціонного товарообігу

Юлія Грицан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Здійснення різноманітних товарообмінних операцій через процедуру аукціону набуває значного поширення. З появою електронних торгових систем аукціони стали більш масовими та відкритими для користувачів по всьому світу, що зумовлює необхідність належного правового регулювання цих процесів для забезпечення дотримання прав суб'єктів аукціонних торгів.

Матеріали і методи. Аналіз чинного законодавства України, що регулює процедури проведення публічних закупівель.

Результати. Можливість укладення договорів на організованих ринках капіталу та організованих товарних ринках, аукціонах, конкурсах передбачено ст. 185 Господарського кодексу України та ст. 650 Цивільного кодексу України, у яких, однак, не визначається чітка процедура проведення аукціону. Регулювати відносини, пов'язані із організацією, проведенням аукціонів та виконанням договорів, укладених на них покликаний був Закон України «Про аукціони», який був знятий з розгляду Верховною Радою України ще у 2011 році. Отже на сьогодні в Україні відсутній спеціальний нормативно-правовий акт, який би встановлював загальні засади аукціонної купівлі-продажу товарів.

Електронний аукціон — це конкурентна процедура, що проводиться в онлайн-форматі, протягом якої учасники змагаються між собою шляхом зміни цінових пропозицій. Електронний аукціон широко застосовується для способів укладення ряду договорів. Так, відповідно до ст. 135 Земельного кодексу України земельні торги проводяться у формі електронного аукціону в режимі реального часу в мережі Інтернет, за результатами проведення якого укладається [договір купівлі-продажу, оренди](#) земельної ділянки з учасником (переможцем) земельних торгів, який запропонував найвищу ціну за земельну ділянку, що продається, або найвищу ціну за придбання прав емфітевзису, суперфіцію, або найвищий розмір орендної плати, зафіксовані під час проведення земельних торгів Електронні аукціони застосовуються у процедурах публічних закупівель (ст. 30 Закону України «Про публічні закупівлі») та ряду інших нормативно-правових актів.

В Україні застосовується три види таких аукціонів: англійський прямий (класичний), англійський зворотний (редукціон) та голландський. Англійський прямий електронний аукціон одним з найпоширеніших видів, де продавець починає торги з мінімальної ціни, яка поступово збільшується. Учасники можуть зробити ставки протягом раундів і підвищувати ціну за лот. Всі ставки є відкритими і відомі всім учасникам. Фінальною ціною вважається максимальна сума, запропонована одним покупцем, який стає переможцем торгів. За результатом проведення тендеру організатор укладає угоду з переможцем. Такий аукціон є найбільш поширеною формою електронних торгів у системі «Prozorro.Продажі». Prozorro базується на відкритих технологіях, що дозволяє всім бажаним дізнатися про проведені державні закупівлі та їх умови. Крім того, система забезпечує можливість електронного подання пропозицій та проведення торгів в режимі онлайн. Ця електронна платформа об'єднує державні та комунальні органи влади та підприємств (замовники товарів, робіт та послуг) та близько 250 тисяч комерційних компаній (постачальники).

Висновки. Електронний аукціон є необхідним та перспективним інструментом для розвитку економіки і покращення умов бізнесу, отже нагальною є необхідність належного правового регулювання аукціонного товарообігу.

Науковий керівник Олена Негода

8. Види та форми корпоративного контролю

Ілля Негода

Харківський національний університет внутрішніх справ, Київ, Україна

Вступ. Корпоративний контроль у широкому розумінні розглядається як економічна влада, яку отримує певна особа стосовно до конкретного корпоративного утворення та його органів. Розгалуженість та багатоманітність способів та засобів здійснення корпоративного контролю зумовлює необхідність класифікації видів та форм корпоративного контролю.

Матеріали і методи. Аналіз чинного законодавства України, спеціальної наукової літератури та судової практики.

Результати. Контроль - вирішальний вплив однієї чи декількох пов'язаних юридичних та/або фізичних осіб на господарську діяльність суб'єкта господарювання чи його частини, який здійснюється безпосередньо або через інших осіб, зокрема завдяки: праву володіння чи користування всіма активами чи їх значною частиною [1]. За одним із класифікаційних критеріїв форм корпоративного контролю, за відношенням суб'єкта та об'єкта, корпоративний контроль поділяється на внутрішній та зовнішній. Внутрішній корпоративний контроль організовується органами управління корпорації, при цьому конкретний об'єкт корпоративного контролю залежить від організаційно-правової форми юридичної особи, законодавства країни та локальних актів самої корпорації. Під зовнішнім корпоративним контролем розуміється процес оцінки та контролю за діяльністю компанії з боку зовнішніх зацікавлених сторін, таких як інвестори, фінансові компанії, регуляторні органи, контрагенти чи клієнти підприємства та інші особи. Формою зовнішнього корпоративного контролю є підзвітність органів управління підприємства при здійсненні господарської діяльності фінансово-кредитній установі (банку), відповідно до умов укладеного кредитного договору.

У науковій літературі виділяють наступні форми корпоративного контролю. Акціонерний корпоративний контроль є правом акціонерів або учасників підприємства прийняти або відхилити ті або інші рішення та може залежати від розміру пакета акцій, що належить окремому акціонеру або групі акціонерів. Управлінський корпоративний контроль здійснюється виконавчим органом та наглядовою радою компанії та полягає у здійсненні поточного управління підприємством на підставі його статуту та локальних актів. Управлінський корпоративний контроль зазвичай здійснюється керівництвом компанії, яке відповідає за формулювання стратегії компанії та прийняття ключових управлінських рішень. Метою фінансового корпоративного контролю є забезпечення ефективного використання ресурсів та досягнення фінансових цілей підприємства, який включає в себе контроль за фінансовим станом компанії (доходами, витратами та інвестиціями) та дотриманням стандартів фінансової звітності [2; 256].

Висновки. Класифікація видів та форм корпоративного контролю надає можливість розрізняти учасників даних правовідносин їх компетенції, права та обов'язки.

Література:

1. «Про захист економічної конкуренції»: Закон України від 11.01.2001. № 2210-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
2. Корпоративне управління в системі економічної безпеки: навч. посібник. /
3. Б. Живко, О. Р. Сватюк, М. І. Копитко; за заг. ред. З. Б. Живко. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 456 с.

9. Правове регулювання капітального будівництва як виду господарської діяльності

Олена Негода

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Капітальне будівництво – це одна із ключових галузей економіки України, проте є надчутливою до несприятливих явищ як політичного, так й економічного порядку, що демонструє високі показниками та сприятливих умов та першою реагує на кризу. Стаття 10 Господарського кодексу України (надалі – ГК України), визначає будівництво як одну зі сфер економічної політики, що можна пояснити тим, що будівництво визначає рівень економічного розвитку країни та фактором сталого забезпечення розвитку системи господарювання у цілому.

Матеріали і методи. Аналіз чинного законодавства України та наукової літератури з питань правового регулювання капітального будівництва як господарської діяльності.

Результати. У науковій літературі під капітальним будівництвом розуміється форма інвестиційної діяльності, а саме господарська діяльність з виробництва основних фондів народного господарства, яка полягає у здійсненні суб'єктами інвестиційної діяльності, а саме господарська діяльність з виробництва основних фондів народного господарства, яка полягає у здійсненні суб'єктами інвестиційної діяльності практичних дій (будівельних робіт: вишукувально-розвідувальних, проектних, загально-будівельних і спеціально-будівельних – монтажних, пусконаладжувальних, робіт щодо впорядкування територій тощо) відносно реалізації інвестицій у будівельну продукцію [1].

Рівень правового регулювання відносин капітального будівництва не можна назвати задовільним, адже правові норми містяться у ряді нормативно-правових актах. Так, нормативне визначення «капітальне будівництво» міститься не у Господарському кодексі України, а у підзаконному акті Кабінету Міністрів України, відповідно до якого це – процес створення нових, а також розширення, реконструкція, технічне переоснащення діючих підприємств, об'єктів виробничого і невиробничого призначення, пускових комплексів (з урахуванням проектних робіт, проведення торгів (тендерів) у будівництві, консервації, розконсервації об'єктів, утримання дирекцій підприємств, що будуються, а також придбання технологічного обладнання, що не входить до кошторису об'єктів) [2]. Згідно зі ст. 318 ГК України формами капітального будівництва є будівництво (нове), розширення, реконструкція та перепрофілювання об'єктів.[3]. У ст. 875 Цивільного кодексу України виділяється ще одна форма капітального будівництва, а саме капітальний ремонт.

Висновки. Здійснення господарської діяльності у сфері капітального будівництва, як ключової галузі економіки, потребує прийняття єдиного кодифікованого нормативно-правового акта, яким би регулювались всі правовідносини при здійсненні капітального будівництва.

Література:

1. Вінник О.М. Інвестиційне право: Навчальний посібник. К.: Юридична думка, 2005 с. 252.;
2. Про затвердження Порядку державного фінансування капітального будівництва : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2001 № 1764. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1764-2001-%D0%BF#Text>
3. Державні будівельні норми А.2.2.2-3-2014 « Склад та зміст проектної документації на будівництво». ДП «науково-дослідний інституту будівельного виробництва. К.: Мінрегіонбуд, 2014 33с.

10. Нормативно-правове регулювання інвестиційної діяльності

Ольга Михайлик, Антон Черній

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Процес інвестування, як управлінське рішення, потребує глибоких знань в теорії та практиці.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення та систематизації.

Результати. В Україні інвестиційна діяльність регулюється великою кількістю законодавчих і нормативних актів. Серед основних документів, які урегулюють інвестиційні відносини в державі, слід зазначити Закони України «Про інвестиційну діяльність» (від 8.09.1991 року № 1560-XII), «Про режим іноземного інвестування» (від 19.03.1996 року № 93/96-ВР), «Про державно-приватне партнерство» (від 01.07.2010 року № 2404-VI), «Про інститути спільного інвестування» (5.07.2012 року № 5080-VI) [1].

Окремі аспекти регулювання інвестиційної діяльності, окрім вищезазначених нормативно-правових актів, регулюються нормами Податкового, Господарського, Цивільного, Земельного кодексів, забезпечується значною кількістю указів Президента України, постанов та розпоряджень Кабінету Міністрів України та ін. Також до правового забезпечення інвестиційної діяльності можна віднести окремі положення і статті викладені у Законах України «Про інноваційну діяльність» (від 4.07.2002 року № 40-IV), «Про концесію» (від 3.10.2019 року № 155-IX), «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» (від 23.02.2006 року №3480-IV) та ін. [1; 2].

Законом України «Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні» (від 17.12.2020 року №1116-IX) передбачено стимулювання залучення інвестицій у національну економіку стратегічних інвесторів шляхом державної підтримки великих інвестиційних проектів. Однією із пріоритетних галузей залучення інвестицій, визначених цим Законом, є переробна промисловість.

Вдосконаленням законодавчої бази є Закони України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування обов'язковості державної реєстрації іноземних інвестицій» від 31.05.2016 року № 1390-VIII та «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо усунення бар'єрів для залучення іноземних інвестицій» від 23.05.2017 року № 2058-VIII. Також, у 2022 році розроблено Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо дерегуляції інвестиційної діяльності в Україні».

Інвестиційною ініціативою України є створення унікальної інвестиційної платформи Advantage Ukraine, яку було презентовано 6 вересня 2022 року в рамках кампанії, розробленої WPP за підтримки Президента України. На платформі зібрано інвестиційні проекти та можливості у 10-ти галузях економіки з загальним потенціалом на суму понад \$400 млрд. [3].

Висновки. Проведений аналіз стану нормативно-правового регулювання інвестиційної діяльності засвідчив, що інвестиційне законодавство потребує подальшого вдосконалення, особливо в умовах бойових дій та поствоєнний період.

Література

1. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua>.

11. Правове регулювання криптовалюти та NFT в Україні

Давидчук Марія

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день в Україні правове регулювання криптовалюти та NFT знаходиться на початковому етапі. Однак, деякі законодавчі ініціативи вже започатковані і мають на меті створення сприятливих умов для розвитку цих секторів.

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

Результати. Закон України «Про віртуальні активи» від 17.02.2022 ще не набрав чинності, але з початком повномасштабної війни в Україні інтерес до віртуальних активів зріс і тому обговорення положень цього закону є досить популярним на сьогоднішній день не тільки в правовому колі. Війна стала сильним поштовхом для збільшення кількості криптоплатежів як добросовісних, так і спекулятивних пов'язаних з виведення коштів за кордон, адже це швидко, вигідно та не підпадає під регуляторні обмеження та контроль. Закон «Про віртуальні активи» має ряд досить важливих норм за допомогою яких конкретизується велика кількість важливих питань, які раніше не відображались в законодавстві України. Під час обговорення проекту цього закону виникли досить активні дискусії, а саме чи тотожний віртуальний актив криптовалюти, або віртуальний актив поняття ширше, і як віртуальний актив співвідноситься з електронними грошима. На сьогоднішній день, необхідність законодавчого закріплення таких термінів, як «віртуальні активи», «криптовалюта», «стейблкоїн», «мінінг», «токен», «NFT» є важливим для суспільства. Досить актуальним є питання про регулювання віртуальних обмінників, бірж і інших суб'єктів, які здійснюють операції з криптовалютами, також, положення про встановлення процедури ліцензування цих суб'єктів. Правовий статус обох залишається неофіційним, і їх використання не регулюється чіткими правилами. Національний банк України (далі НБУ) підтримує необхідність створення цивілізованих умов для розвитку ринку віртуальних активів, адже технологічні інновації, пов'язані з віртуальними активами, можуть відкрити багато перспективних можливостей, а саме: поліпшення доступу до фінансових послуг, посилення конкуренції на ринку платіжних послуг, сприяння залученню інвестицій тощо. Прийняття НБУ Постанови № 78 є першою спробою регулятора втрутитися в діяльність криптобірж.

Слід зазначити, що українські стартапи активно працюють над розробкою проєктів, пов'язаних з блокчейном, криптовалютами та NFT, а також діє низка обмінників криптовалют, які надають послуги з купівлі, продажу та обміну криптовалютами. Однак ці обмінники не мають офіційного статусу, а їх діяльність не регулюється державою. Щодо оподаткування, наразі діє норма, згідно з якою операції з криптовалютами та NFT підлягають оподаткуванню відповідно до Податкового кодексу України. Крім того, НБУ зобов'язував українські банки звітувати про операції з криптовалютами, які здійснюються їхніми клієнтами. У той же час, уряд України планує запровадити спеціальну програму регулювання криптовалютної сфери, щоб забезпечити більшу захищеність інвесторів та запобігти можливим шахрайствам.

Висновки. Отже, в Україні правове регулювання криптовалют та NFT знаходиться на етапі формування, уряд України має намір сприяти розвитку цих секторів та створити для них сприятливі умови в умовах сьогодення.

Науковий керівник Задніпряна-Корінна Мар'яна

12. Peculiarities of liability for breach of contractual terms

Vita Sheltusheva

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Participants in contractual relations increasingly seek to minimize the consequences and possible risks of non-fulfillment of contractual conditions, paying particular attention to responsibility for violation of the rights and obligations of the parties.

Materials and methods. Analysis of literary data, results of theoretical studies, which indicate that a breach of obligation is non-fulfillment or improper fulfillment of the terms of the contract. At the same time, when deciding on the assessment of the violation of materiality, it is necessary to establish: the presence of a significant violation of the contract and the damage caused by this violation by the other party.

The results. Neglect of the parties to develop detailed provisions of responsibility for non-fulfillment of the terms of the contract is the most widespread mistake in drawing up a contract. Most contracts are concluded without clearly defining the amount, terms, and procedure for applying fines and penalties in case of non-fulfillment or improper fulfillment of their obligations by the parties [1].

Let's draw attention to the following provisions of the current legislation of Ukraine, which provide for the possibility of reducing the amount of responsibility or even releasing the violator from responsibility:

- the amount of the penalty can be reduced by a court decision, it significantly increased the amount of damages, and the presence of other materials that are of significant importance (Part 3 of Article 551 of the Civil Code of Ukraine);

- if the fines due to be paid are excessively large compared to the creditor's losses, the court has the right to reduce the size of the sanctions. At the same time, the following should be taken into account: the degree of fulfillment of the obligation by the debtor; the property status of the parties participating in the obligation; not only property, but also other interests of the parties that deserve attention (Part 1 of Article 233 of the Civil Code of Ukraine);

- if the violation of the obligation did not cause damage to other participants in economic relations, the court may, taking into account the interests of the debtor, reduce the amount of fines due (Part 2 of Article 233 of the Civil Code of Ukraine);

- if the breach of obligation occurred due to the fault of the creditor, the court accordingly reduces the amount of damages and penalties charged to the debtor (Part 1 of Article 616 of the Civil Code of Ukraine);

- the court has the right to reduce the amount of damages and penalties charged to the debtor, if the creditor intentionally or negligently contributed to the increase in the amount of damages caused by breach of obligation, or did not take measures to reduce them (part 2 of Article 616 of the Civil Code of Ukraine);

- if the wrongful actions (inaction) of the other party to the obligation contributed to the offense, the court has the right to reduce the amount of responsibility or release the defendant from responsibility (Part 3 of Article 219 of the Civil Code of Ukraine).

Conclusions. When concluding contracts, counterparties must pay sufficient attention to the liability of the parties for breaching the terms of the contract.

References.

1. Про відповідальність контрагентів за порушення договірних зобов'язань.

URL: <https://advokat-dudnik.com/uk/blog-ua/pro-vidpovidalnist-kontragentiv-za-porushennya-dogovirnikh-zobov-yazan-ua.html> (дата звернення 21.02.23).

Науковий керівник Соловійова Аліна

13. Аналіз цілеспрямованих міжнародно-правових санкцій

Марія Давидчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Цілеспрямовані міжнародно-правові санкції - це інструмент зовнішньої політики, який використовується для тиску на країни, що порушують міжнародні норми та стандарти. Санкції можуть бути націлені на конкретні особи, організації, країни чи сектори економіки. В умовах сьогодення ця тема набуває неабиякої актуальності.

Матеріали і методи. Дослідження здійснено на основі міжнародних договорів та літератури.

Результати. Основні цілі міжнародно-правових санкцій полягають у: захисті міжнародного правопорядку та утриманні країн від порушення міжнародних норм; підтримці міжнародної безпеки та стабільності; сприянні зміні поведінки країни, яка порушує міжнародні стандарти; захисті прав людини та інших фундаментальних свобод.

Для успішного застосування санкцій необхідно виконати кілька важливих кроків. По-перше, необхідно досконало проаналізувати ситуацію та визначити конкретні цілі санкцій. По-друге, необхідно залучити до цього процесу якомога більше держав та міжнародних організацій. По-третє, необхідно розробити ефективну стратегію для використання санкцій та оцінити їх можливі наслідки.

Окрім того, важливо враховувати роль міжнародних організацій у вирішенні конфліктних ситуацій та захисті міжнародного права. Організації, такі як ООН, ЄС, НАТО, ОБСЄ та інші, можуть використовувати свої ресурси та авторитет для впливу на країни, які порушують міжнародне право та загрожують міжнародній безпеці.

Існує декілька типів міжнародних санкцій, серед яких є:

1.*Економічні санкції:* ці санкції обмежують торгівлю товарами та послугами з країною, що підлягає санкціям. Це може включати обмеження на ввезення та вивезення товарів, заборону інвестицій та фінансування, заборону надання послуг, зокрема, відносно енергетики, транспорту, телекомунікацій тощо.

2.*Фінансові санкції:* ці санкції стосуються обмеження доступу до фінансових ресурсів. Наприклад, це може включати заборону надання кредитів, заборону переказу грошей, заборону використання платіжних систем тощо.

3.*Торговельні санкції:* ці санкції обмежують можливості країни підлягаючої санкціям участі у міжнародній торгівлі, зокрема, через заборону ввезення та вивезення товарів.

4.*Озброєні санкції:* ці санкції стосуються обмеження експорту та імпорту зброї, боєприпасів та військового обладнання.

5.*Дипломатичні санкції:* це може включати заборону на контакти та зустрічі з представниками країни, що підлягає санкціям, заборону на відкриття дипломатичних місій тощо.

Висновки. У залежності від конкретної ситуації та мети застосування санкцій, їх можна ділити на різні типи, наприклад, економічні, фінансові, торговельні тощо. Міжнародно-правові санкції є важливим елементом міжнародної політики та дипломатії, але їх визначення та застосування повинні відповідати принципам міжнародного права та забезпечувати максимально можливий рівень правомірності та ефективності. При цьому необхідно дотримуватися принципів міжнародного права, включаючи принцип суверенітету, незалежності та територіальної цілісності країн.

Науковий керівник Соловйова Аліна

14. Правове регулювання суперечок в сфері надання послуг.

Бабій Тетяна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для вирішення будь-який суперечок в сфері надання послуг найбільш розповсюджений спосіб є звернення до суду, але в сучасній міжнародній практиці виділяють ще один ефективний та швидкий спосіб вирішення суперечок - медіацію.

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

Результати. Багатокітова практика високорозвинених країн переконливо доводить, що досягнення високих темпів економічного зростання стає можливим тільки при наявності ефективної судової системи, яка активно допомагає прогресу виробничих відносин. При непрацездатній, неефективній і неадекватній об'єктивним потребам ринкової економіки судовій системі всі спроби державної влади домогтися відчутного економічного прогресу безрезультатні. Слід зазначити, що не завжди доцільно вирішувати конфлікти за допомогою звернення до суду. По-перше, захист прав у судовому порядку повинен бути не єдиним способом врегулювання конфліктів, які виникають між суб'єктами цивільних правовідносин. По-друге, за участю в суперечці іноземних осіб можуть виникати такі ризики і труднощі, які роблять процедуру звернення до державного суду непривабливою, а саме це - незнання обов'язкового для застосування іноземним державним судом процесуального порядку, що на практиці означає необхідність звернення до послуг місцевого адвоката, який не завжди проявляє особисту зацікавленість у якнайшвидшому закінченні судового розгляду, та й кваліфікацію якого не завжди можливо визначити до моменту наділення його відповідними повноваженнями; обов'язковість здійснення судового розгляду мовою держави місцезнаходження суду, в зв'язку з чим виникає необхідність перекладу всіх документів, що стосуються суперечки, на мову, яка підлягає застосуванню; досить часто такий переклад має бути засвідчений перекладачем під присягою, який не завжди в достатній мірі володіє торговою або технічною термінологією; наявність декількох інстанцій, властивий державному суду процесуальний формалізм, який сприяє затягуванню розгляду і вимагає додаткових витрат; відсутність необхідної компетенції у суддів, оскільки підготовка суддів державних судів розрахована на застосування норм національної правової системи, хоча умови контракту не завжди співпадають із матеріальним правом цієї держави. Застосування державним судом іноземного права пов'язано з необхідністю проведення додаткових експертиз та отримання висновку відповідних фахівців; неоднакове ставлення до сторін спору (судді державних судів досить часто схильні більш поблажливо ставитися до учасників розгляду, які є суб'єктами даної держави; проте не варто погоджуватися з цим пунктом, оскільки він означає порушення принципу рівноправності сторін, що неможливо апіорі та слід виділити, що можливість виконання рішення державного суду на території іноземної держави обмежена через відсутність універсальних міжнародних договорів.

Висновки. Інтерес до медіації відображає зростаючу популярність цього методу в Україні для вирішення конфліктів не тільки в сфері надання послуг, а і в багатьох інших важливих сферах життя. Медіація дозволяє уникнути довгих, витратних судових процесів.

Науковий керівник Задніпряна-Корінна Мар'яна

15. Значення поняття «юридична відповідальність», що виникає в сфері харчування

Сніжана Кохман

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання юридична відповідальність в сфері харчування займає одне з найголовніших та дискусійних тем сьогодення. Саме юридична відповідальність є найістотнішим механізмом гарантії та забезпечення прав і свобод суб'єктів правовідносин.

Матеріали і методи. Використано методи: аналіз текстів правових актів та їх тлумачення, порівняльний аналіз зарубіжного досвіду щодо юридичної відповідальності, метод аргументації і групування.

Результати. Проаналізувавши сучасне законодавство та теоретичні надбання в цій сфері, слід зазначити, що інститут юридичної відповідальності характеризується важливим соціальним значенням, тому в дослідженнях окремих вчених обґрунтовано його визначення як важливого соціального інституту, який поділяється на види юридичної відповідальності (кримінальну, адміністративну, цивільну (майнову), матеріальну (за трудовим законодавством), дисциплінарну, відшкодування моральної (немайнової) шкоди. До зазначених видів юридичної відповідальності, що були розвинуті у вітчизняній теорії держави та права і галузевих науках, приєднуються нові види відповідальності - відповідальності політичної, відповідальності державних службовців, відповідальності органів державної влади перед громадянами, відповідальності за шкоду, заподіяну майном (у тому числі джерелами підвищеної безпеки), що належить органам державної влади.

Юридична відповідальність є важливим поняттям в правовій системі країни. Витоки поняття «юридична відповідальність» в сфері надання послуг, на нашу думку, потрібно досліджувати з появою людини як соціальної істоти (індивіда). Досліджуючи історіографію юридичної відповідальності деякі автори пов'язують визначення хронологічних меж виникнення феномена відповідальності, в першу чергу, з вирішенням питання про те, коли і з якої причини людина почала усвідомлювати себе активним суб'єктом оточуючої її дійсності. Юридичну відповідальність в сфері харчування необхідно розглядати в контексті конкретизованого соціального середовища, відмежовувати від інших видів моральної, релігійної відповідальності, адже синтезуючим началом тут є необхідність відповідати за власні дії, протиправні вчинки, брати на себе вину за їхні наслідки. Необхідно наголосити на унеможливленні притягнення до юридичної відповідальності за вчинення одного і того самого діяння двічі (принцип «non bis in idem»), що було розвинено у країнах континентальної правової системи та закріплено у судовій практиці Європейського суду з прав людини. На відміну від означеного принципу, у вітчизняній доктрині та правозастосовчій практиці досі зберігається можливість «подвійної» відповідальності, що настає за скоєння особою правопорушення, наприклад адміністративного і цивільного деліктів, а у окремих випадках - адміністративного правопорушення (проступку) та злочину.

Висновки. Юридична відповідальність означає відповідальність особи за порушення закону, що може включати штрафи, обмеження свободи, втрату прав та інші санкції. Дотримання закону є важливою складовою правової системи, і ті, хто порушують закон в сфері харчування і в будь-якій іншій сфері, мають бути притягнуті до юридичної відповідальності.

Науковий керівник Задніпряна-Корінна Мар'яна

16. Захист прав інтелектуальної власності в умовах впровадження судової реформи

Поліна Рудовська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день в Україні є низка проблем, пов'язаних із судовим захистом прав інтелектуальної власності. До найбільш важливих слід віднести відсутність необхідного рівня підготовки суддів, що розглядають спори у сфері авторського, патентного права та творчої діяльності.

Матеріали і методи. При написанні тез були використанні загальнонаукові та спеціальні методи.

Результати. Недотримання прав інтелектуальної власності є дуже тривожним сигналом протиріч, що назрівають між економічними реаліями і правовими інститутами, які різні держави намагаються використовувати для юридичного впливу на суспільні відносини, пов'язані з набуттям, здійсненням та захистом прав інтелектуальної власності. Вирішення спорів у сфері інтелектуальної власності нерідко вимагає спеціальних професійних знань і практичних навичок, які часто відсутні у суддів, унаслідок цього значна кількість прийнятих рішень переглядаються вищими інстанціями. Не можна не зазначити, що спори у сфері інтелектуальної власності традиційно належать до одних із найбільш складних. Фахівці в сфері інтелектуальної права переконані в необхідності обов'язкового проведення превентивних заходів щодо захисту інтелектуальної власності. Вирішення спорів у сфері інтелектуальної власності за участю спеціалістів дає змогу використовувати всі перспективні варіанти дій, щоб вийти із ситуації з найменшими втратами та з можливою вигодою. Високим рівнем порушень прав інтелектуальної власності відрізняються не лише країни, що розвиваються, але й економічно розвинуті країни, в яких законодавство спрямоване на досягнення високих стандартів правової охорони результатів інтелектуальної діяльності. В першу чергу, це стосується нових високотехнологічних сфер. В останні роки набуває все більшого поширення позасудове врегулювання правових спорів у тих випадках, коли спір стосується міжнародних аспектів. Така ситуація часто також має місце при спорах стосовно прав інтелектуальної власності. Слід зазначити, що правозахисник з інтелектуальної власності повинен володіти знаннями як сфери національного законодавства, так і міжнародного права. Конфлікти можуть виникати щодо договорів на розпорядження об'єктами інтелектуальної власності (ліцензійні договори й договори про відчуження прав), авторства, спільного створення та використання об'єктів інтелектуальної власності, бездоговірного використання об'єктів інтелектуальної власності. Ефективним способом вирішення спорів, що виникають у сфері інтелектуальної власності, є медіація. Для забезпечення захисту прав інтелектуальної власності суд може використовувати будь-які способи захисту, передбачені цивільним законодавством. Законодавство закріплює варіанти судового захисту майнових і немайнових прав та інтересів, які підпадають під сферу цивільно-правового регулювання. Їх перелік не є вичерпним, проте слід визнати, що не всі способи мають однакове значення для захисту порушеного або оспорюваного права на результат інтелектуальної діяльності.

Висновки. Вирішення зазначених проблем в сфері захисту прав інтелектуальної власності є перспективним завданням вітчизняної правової системи та правозастосовної практики, першим кроком у цьому напрямі може бути ефективна діяльність спеціалізованого суду з розгляду та вирішення справ у сфері інтелектуальної власності.

Науковий керівник Задніпряна-Корінна Мар'яна

17. Про законодавчі ініціативи з реформування господарського права

Володимир Слободян

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Бізнес в Україні розвивається значно швидше, ніж правове поле врегулювання його діяльності. Тривалий «перехідний період» надає вітчизняному бізнесу можливість налаштуватись на нові правила поведінки, головне, щоб такі правила були виписані із врахуванням актуальних запитів ринку.

Матеріали і методи. Обговорення дискусійних питань існування господарського права як самостійної галузі права в наукових колах триває чималий період часу. Кульмінацією цих дискусій став проект Закону України «Про особливості регулювання підприємницької діяльності окремих видів юридичних осіб та їх об'єднань у перехідний період» (далі – проект) № 6013 від 09.09.2021 [1].

Результати. В п. 2 пояснювальної записки до проекту, зазначається, що він спрямований «на удосконалення корпоративного управління в юридичних особах, заснованих на державній і комунальній власності, на підвищення інвестиційної привабливості країни, запровадження ефективних механізмів контролю за використанням об'єктів державної та комунальної власності, а також на усунення суперечностей між Цивільним кодексом України та актами спеціального законодавства» [2]. Для цього в проекті пропонується: внести відповідні зміни до Цивільного кодексу України (далі – ЦК); *визнати таким, що втратив чинність, Господарський кодекс України (далі – ГК) [3];* внести зміни до Земельного кодексу України, законів України «Про оренду державного і комунального майна», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», «Про місцеве самоврядування в Україні» та деяких інших [4].

Однак такий крок законотворців з погляду експертного середовища може бути поспішним і не дати очікуваного результату, оскільки не повністю враховує увесь спектр та багатогранність предмету правового регулювання господарського права. Розв'язання різного роду колізій нормативно-правового регулювання господарських відносин в практичній площині можливе тільки при врахуванні теоретико-концептуальних особливостей предметного поля зазначеної галузі права [5]. На думку вчених, теза про те, що господарське право базується на певних нормах цивільного права, не може скасовувати його самостійності, адже господарське право (подібно до діалектичної концепції) на певному етапі формує власний, відносно відокремлений, якісно однорідний базис, ядром якого є господарські відносини [5].

Висновки. Отже ситуація, що склалася в законотворчій практиці, а саме окреслені нами законодавчі ініціативи, які спрямовані на «реформування» правового регулювання господарських відносин, потребують, на нашу думку, більш якісного наукового вивчення.

Література

1. Проект Закону України «Про особливості регулювання підприємницької діяльності окремих видів юридичних осіб та їх об'єднань у перехідний період» № 6013 від 09.09.2021/ <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/908001>.

2. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про особливості регулювання підприємницької діяльності окремих видів юридичних осіб та їх об'єднань у перехідний період» від 09.09.21/ <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/907953>.

3. Господарський кодекс України / <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

4. Висновок на проект Закону України «Про особливості регулювання підприємницької діяльності окремих видів юридичних осіб та їх об'єднань у перехідний період» / Головне науково-експертне управління Апарату Верховної Ради України / <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/954407>.

5. Господарське право : навч.посіб. / Л.А. Жук, О.М. Неживець. – К.:Кондор , 2003. – С.4.

18. Правове регулювання поняття «основні засоби»

Наталія Грицасенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Визначення поняття «основні засоби» у нормативно-правових актах України, які регулюють їх бухгалтерський облік, призводять до ще більшої плутанини щодо розуміння їх сутності, оскільки при встановленні критеріїв віднесення об'єкту до основних засобів перевага надається їх призначенню.

Матеріали і методи. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи. Наприклад, метод порівняння, узагальнення, систематизації, аналізу та синтезу.

Результати. Дослідивши законодавчу базу, що закріплює особливості та поняття «основні засоби», було виявлено, що наведені визначення поняття «основні засоби» у нормативно-правових актах дають змогу дійти висновку про відсутність єдиного підходу. У Податковому кодексі України та Державному класифікаторі України «Класифікація основних фондів» до основних критеріїв визнання основних засобів додається ще додатковий критерій – критерій вартості. У податковому обліку, згідно з Податковим кодексом України, основні засоби мають вартісну межу, яка становить 2500 грн., але цей критерій використовується при виділенні тільки однієї групи основних засобів – малоцінних необоротних матеріальних активів, які обліковуються на рахунку. А в бухгалтерському обліку, відповідно до П(С)БО 7, вартісну межу основних засобів підприємства можуть встановлювати самостійно, про що зазначають у своїй обліковій політиці.

На відміну від інших нормативно-правових актів ч. 3 ст. 139 Господарського кодексу України містить визначення лише «основних фондів», до яких віднесено «будинки, споруди, машини та устаткування, обладнання, інструмент, виробничий інвентар і приладдя, господарський інвентар та інше майно тривалого використання. Тобто у даному випадку законодавцем ототожнюються поняття «основні засоби» і «основні фонди». Проте термін «основні засоби» доцільно використовувати щодо майна та матеріальних цінностей, а термін «основні фонди» – відносно джерел утворення майна.

Слід зазначити, що останнім часом відбувається поступова адаптація національних стандартів бухгалтерського обліку до міжнародних. Саме тому наведені у національному та міжнародному стандартах поняття основних засобів співпадають за усіма ключовими критеріями їх визнання. На жаль, така ідентичність існує тільки у площині бухгалтерського обліку основних засобів. Така суперечність визначень призводить до виникнення конфліктних ситуацій між підприємством та фіскальним органом. Для уникнення подібних суперечностей та гармонізації норм бухгалтерського і податкового обліку основних засобів пропонується авторське визначення поняття «основні засоби», під якими слід розуміти матеріальні активи, які зберігають свою натуральну форму протягом всього корисного терміну експлуатації, що становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік), використовуються як під час здійснення господарської діяльності, так і під час виконання підприємством адміністративних чи соціально-культурних функцій та по частинах переносять свою вартість на результат власної діяльності – виготовлений продукт, надану послугу або товар.

Висновки. Пропонуємо власне визначення «основних засобів» підприємства – це матеріальні активи, які підприємство зберігає з метою використання у процесі виробництва товарів та надання послуг, строк корисного використання яких перевищує один рік (або операційний цикл, якщо він довший року), вартість яких зменшується у процесі використання та переноситься частинами на вироблений продукт.

Науковий керівник Задніпряна-Корінна Мар'яна

19. Сучасні підходи до трактування поняття «принципи права»

Вікторія Чубко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Необхідно розмежовувати правові принципи та принципи права, адже, на думку багатьох вчених правові принципи - це категорія, що не закріплена в законі, а принципи права - категорія, що закріплена в нормі права.

Матеріали і методи. Для проведення дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи. Серед них найчастіше був використаний метод аналізу енциклопедичних понять, порівняльний аналіз праць деяких вітчизняних вчених.

Результати. У вітчизняних енциклопедичних джерелах поняття «принцип» розглядається, як основні засади, вихідні ідеї, що характеризуються вищою імперативністю і універсальністю та відображають суттєві положення теорії, вчення, науки, системи внутрішнього та міжнародного права, політичної, державної чи громадської організації (гуманізм, законність, справедливість, рівність громадянина перед законом тощо). У філософії «принцип» розглядається як основне положення теорії або загальне правило чи керівна ідея діяльності, що підносить пізнання правових явищ на рівень, що свідчить про істинність найзагальніших уявлень, здатних стати основою теоретичної побудови та головною ідеєю правової доктрини. На думку деяких вітчизняних вчених принцип виникає стихійно з емпіричного досвіду чи формується свідомо на рівні теоретичних концепцій, набуваючи характеру наукових принципів.

Принципи права надають синхронності механізму правового регулювання суспільних відносин та досконаліше інших розкривають місце права в суспільному житті і його розвитку. Вони є критерієм законності та правомірності дії громадян і посадових осіб, адміністративного апарату і органів юстиції та за відомих умов мають велике значення для зростання правосвідомості населення, його культури й освіти. Принципи права відображають об'єктивні властивості, зумовлені закономірностями розвитку певного суспільства та історично властивих йому інтересів, потреб, протиріч і компромісів різних класів або верств населення. Також, у принципах права відображене суб'єктивне сприйняття права членами суспільства, їх моральні та правові погляди, почуття, потреби, що висловлені у різних ученнях, теоріях, напрямках праворозуміння. Слід зазначити, принципи права зумовлюються потребами розвитку держави, суспільства і концентрують результат розвитку права, вони являють собою втілення його демократичних та гуманістичних традицій, віддзеркалюють історичну спадкоємність права, нерозривний зв'язок його минулого, сучасного та майбутнього. Самі по природі принципи права є соціальним явищем, їх поява зумовлюється потребами розвитку держави, суспільства і права.

Висновок. Принципи права - виражені в законодавстві основоположні ідеї, вихідні правила загального характеру, що зумовлюються потребами розвитку держави і суспільства та у концентрованому вигляді визначають сутність права, його зміст і призначення у суспільстві, виражають спрямованість правового регулювання і поширюються на всіх суб'єктів права.

Науковий керівник Задніпряна-Корінна Мар'яна

20. Проблемні питання правового регулювання спадкування авторських прав на твір, створених у співавторстві

Марія Давидчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Відповідно до ст. 13 Закону України «Про авторське право і суміжні права» співавторами є особи, спільною творчою працею яких створено твір. Авторське право на такий твір належить всім співавторам незалежно від того, чи утворює такий твір нерозривне ціле або складається з частин, кожна із яких має самостійне значення [1]. Загальний порядок переходу права на твір у порядку спадкування визначено ст. 32 цього Закону України, яка, однак, не визначає особливостей спадкування авторських прав на твір, створений у співавторстві.

Матеріали і методи. Аналіз чинного законодавства України, яке регулює права співавторів та визначає порядок спадкування авторських прав на твір.

Результати. Правове регулювання відносин спадкування майнових прав інтелектуальної власності не має належного рівня. Відповідно до ст. 32 Закону України «Про авторське право і суміжні права» до складу спадщини входять майнові права на твір. Особисті немайнові права на твір (право бути автором твору, вказання як автору на екземплярах твору) у спадщину не переходять. У Цивільному кодексі України (надалі – ЦК України), який є профільним нормативно-правовим актом з питань регулювання відносин спадкування, взагалі не згадується про спадкування майнових авторських прав.

З аналізу правової літератури можна зробити наступні висновки. Так, у випадку наявності в померлого співавтора спадкоємців, майновими правами на твір, що створений у співавторстві, будуть розпоряджатися правонаступники співавтора та решта співавторів сумісно. Однак, у разі смерті співавторів, які не мають спадкоємців ні за заповітом, ні за законом (або у випадку усунення їх від права на спадкування, неприйняття ними спадщини, або відмови від її прийняття) ситуація ускладнюється. Це питання має важливе значення під час виплати авторської винагороди іншим співавторам, адже залишається незбагненим те, що відбувається з винагородою померлого співавтора. У юридичній літературі пропонуються різні шляхи врегулювання цієї проблеми: 1) у випадку нероздільного співавторства майнові права померлого повинні переходити до співавторів і спадкоємців, частка померлого має поділятися між ними; 2) вони переходять до територіальної громади на підставі ст. 1277 ЦК України як на відумерлу спадщину; 3) вони припиняють свою дію.

Висновки. Особливістю спадкування результатів інтелектуальної та творчої діяльності є те, що до складу спадщини можуть бути включені лише майнові права інтелектуальної власності. Спадкування майнових прав інтелектуальної власності твору, створеного у співавторстві, за відсутності спадкоємців його автора, має здійснюватись відповідною територіальною громадою. Зазначену прогалину у законодавстві слід ліквідувати та закріпити відповідні положення у чинному законодавстві України.

Література.

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 1 грудня 2022 року № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n450>

2. Цивільний кодекс України, прийнятий 16 січня 2003 року, № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

Науковий керівник Негода Олена

21. Правове регулювання безпечності продуктів харчування

Анна Пойда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Статтею 25 Декларації прав людини ООН 1948 року проголошено право кожної людини на достатнє продовольче забезпечення з метою підтримання фізичного здоров'я й активного способу життя. Правове регулювання виробництва безпечних та високоякісних продуктів харчування та сировини здійснюється на підставі низки законодавчих та підзаконних нормативно-правових актів.

Матеріали та методи. Правове регулювання безпечності харчових продуктів слід розглядати як один зі способів гарантування безпеки життя і здоров'я людей, що закріплено Конституцією України. Однією з правових підстав попередження негативної тенденції використання небезпечних продуктів слід вважати прийняття Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин.»

Результати і обговорення. Важлива роль у забезпеченні якості та безпечності продуктів харчування і продовольчої сировини відводиться державному регулюванню у сфері безпечності харчових продуктів, яке здійснюється з метою захисту життя, здоров'я та інтересів споживачів. Державне регулювання безпечності якості харчових продуктів здійснюється шляхом встановлення санітарних заходів; встановлення вимог до окремих показників якості харчових продуктів; державної реєстрації визначених законодавством об'єктів санітарних заходів; видачі, припинення, анулювання та поновлення експлуатаційного дозволу; інформування та підвищення обізнаності операторів ринку і споживачів щодо безпечності та окремих показників якості харчових продуктів; встановлення вимог щодо стану здоров'я персоналу потужностей; участі у роботі відповідних міжнародних організацій, тощо. Дієвими заходами щодо забезпечення виробництва якісних та безпечних для здоров'я людей продуктів харчування рослинного і тваринного походження слід вважати дотримання еколого-правових вимог у процесі здійснення сільськогосподарського землекористування.

Правові ознаки безпечності продуктів харчування такі: харчовий продукт має бути придатним для споживання; не повинен справляти шкідливого впливу на здоров'я людини та на майбутні покоління, а також не повинен призводити до накопичувального ефекту токсичності; у ньому відсутні сторонні речовини чи предмети, токсичні речовини, небезпечні для здоров'я мікроорганізми, гормональні препарати, забруднюючі речовини або залишки у кількості, що перевищує рівень, встановлений законодавством, а також харчові добавки чи домішки, що не дозволені до використання; містить належне маркування продукції та повну інформацію про окремі види продуктів харчування, а також інформацію про кінцеву дату придатності до споживання, безпечність продуктів харчування має забезпечуватись системою заходів і технічних регламентів, безпечний харчовий продукт не повинен впливати на особливу чутливість організму окремої категорії споживачів, для якої даний харчовий продукт призначений.

Висновки. Створення належних економіко-правових умов для виробництва якісної та безпечної продукції сприятиме забезпеченню населення високоякісними та безпечними продуктами харчування та посилить присутність України на світовому ринку продукції.

Науковий керівник Крамаренко Оксана

22. Цивільно-правовий договір як підстава виникнення зобов'язань

Анна Шилєнкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У нинішніх умовах особливо зростає роль договору як універсальної та найдоцільнішої форми опосередкування товарно-грошових відносин. У процесах роздержавлення і приватизації договору належить чільне місце серед форм, що використовуються для подолання монополії державної власності.

Матеріали і методи. Цивільно-правовий договір є однією з підстав виникнення зобов'язальних правовідносин. Цивільно-правовий договір є юридичною конструкцією, що опосередковує широкий спектр різноманітних дій учасників цивільних правовідносин майнового та організаційного характеру.

Результати. Цивільно-правовий договір — домовленість двох або більше сторін, що спрямована на встановлення, зміну та припинення цивільних прав та обов'язків (частина 1 статті 626 ЦКУ)[1]. Зміст будь-якого договору характеризується його умовами. Прийнято розрізняти істотні, звичайні і випадкові умови договору. Договір вважається укладеним, коли між сторонами в потрібній у належних випадках формі досягнуто згоди по всіх істотних умовах. Такими є умови договору, що визнані такими за законом або необхідні для договорів даного виду, а також всі ті умови, щодо яких за заявою однією із сторін повинно бути досягнуто згоди (наприклад, у договорі купівлі-продажу істотними є предмет, ціна, строк). Крім згаданих умов, у договорі можуть бути звичайні й випадкові умови. До звичайних умов належать ті, які вироблені практикою для договорів певного виду та оприлюднені в установленому порядку (наприклад, місце виконання договору). Ці умови не обов'язково повинні бути включені до договору. Якщо ж сторони бажають встановити інше місце виконання договору, то це має бути обумовлено в договорі. Випадковими визначаються такі умови договору, які звичайно в договорах такого виду не передбачаються, але можуть бути встановлені угодою сторін. У процесі укладення договору розрізняють дві стадії: пропозиція укласти договір (оферта) і прийняття пропозиції (акцепт). Цивільний кодекс України визначає, з якого моменту договір вважається укладеним. Слід мати на увазі, що якщо з одержаної із запізненням відповіді про згоду укласти договір видно, що відповідь була надіслана своєчасно, вона визнається такою, що запізнилася лише в тому разі, коли особа, яка зробила пропозицію, негайно повідомить іншій стороні про одержання відповіді із запізненням. У цьому разі відповідь вважається новою пропозицією. Часто сторони самі визначають момент вступу договору в юридичну силу, тобто момент, з якого договір вважається укладеним, про що прямо зазначають у договорі — договір набуває сили з такого-то дня, місяця і року. В інших випадках момент укладення договору визначається законом.

Висновки. Договір є основною підставою виникнення зобов'язально-правових відносин (зобов'язань), що встановлює певні суб'єктивні права і суб'єктивні обов'язки для сторін, які його уклали. Головним елементом кожного договору є воля сторін, спрямована на досягнення певної мети, яка не суперечить закону.

Література:

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 05.03.2023).

Науковий керівник Крамаренко Оксана

23. Основні аспекти відображення інноваційної діяльності економічних суб'єктів господарювання у законодавстві України

Тарас Татарчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективне прискорення економічного розвитку держави, і у першу чергу окремих її суб'єктів господарювання, неможливе без масштабного інноваційного розвитку. В той же час цікаво дослідити відображення інноваційних процесів у одних з найважливіших нормативних документів для діяльності суб'єктів господарювання, Господарському та Цивільному кодексі.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження - Господарський та Цивільний кодекси. При написанні тез були використанні загальнонаукові та спеціальні методи.

Результати. Найголовнішим джерелом регулювання діяльності будь-якого підприємця в Україні є – Господарський Кодекс, що обумовило його дослідження з позиції регулювання інноваційних процесів. Так, стаття 325 Господарського Кодексу України (ГКУ) дає нам чітке визначення поняття інноваційної діяльності на підприємстві. А саме під «інноваційною діяльністю у сфері господарювання» розглядається «діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя». Пункт 2 статті 328 ГКУ інформує нас, що Держава здійснює контроль за інноваційною діяльністю суб'єкта господарювання та інших учасників господарських відносин, відповідно до вимог законодавства й державних інноваційних програм. Законом можуть бути передбачені галузі або об'єкти інноваційної діяльності, в яких обмежується чи забороняється використання іноземних інвестицій. Стаття 332 ГК України Законодавство про інноваційну діяльність, де зазначено Відносини, що виникають у процесі здійснення інноваційної діяльності, регулюються цим Кодексом та іншими законодавчими актами. До вказаних відносин у частині, не врегульованій цим Кодексом, застосовуються відповідні положення Цивільного кодексу України (ЦКУ).

Цивільний кодекс наближений до інших граней роботи з інноваційною діяльністю, а саме: безпосередньо в стосунках взаємодії суб'єкта господарювання, інвесторів, чи інших сторін причетних до господарської діяльності. Найважливішим аспектом щодо цілей даного дослідження є Право інтелектуальної власності, оскільки інновації передбачають переважно винаходи науково-технічної галузі й вимагають захисту від небажаних крадів-плагіаторів. Стаття 418 ЦК чітко окреслює поняття «інтелектуальної власності». Якщо не брати до уваги «право власності на торгову марку», що також є важливим аспектом правової сторони, у главі 39 ЦК (ст. 464) окреслено «право власності суб'єкта на винахід, промисловий зразок», що стосується безпосередньо майнового права. Право спільної власності, описане в статті 355 ЦК, що виникає з підстав не заборонених законом, спільна власність вважається частковою, якщо договором або законом не встановлена спільна сумісна власність. Для акціонерного товариства будь-яка інновація буде знаходитись у спільній власності акціонерів, а отже це має відобразитись у Статуті підприємства.

Висновки. Дослідження основних аспектів відображення інноваційної діяльності економічних суб'єктів господарювання у законодавстві України, зумовило проведення аналізу Господарського та Цивільного кодексів, та виявлення основних положень (і статей, що їх регулюють) щодо впровадження інновацій в акціонерних товариствах.

Література:

1. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua>.

Науковий керівник Відоменко Оксана

24. Генезис формування підходів до авторського права: міжнародні аспекти

Дарія Федун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Авторське право, як тип інтелектуальної власності, захищає оригінальні твори, щойно автор фіксує твір у конкретній (матеріальній/нематеріальній) формі вираження, і фіксує свої права. Основною у терміні «інтелектуальна власність» є категорія «власність», витоки якої знаходимо в ще у римському праві.

Матеріали та методи. Матеріали - наукові видання з галузі авторського та інтелектуального права. Методи: загальнонаукові та спеціальні.

Результати. У класичному розумінні «право власності» було встановлено римлянами. Проте право Античного періоду наочно демонструвало ідею захисту певних особистих інтересів автора (його пошану і славу), не гарантуючи захисту майнових інтересів автора. Так, ще 2300 років тому в Афінійській республіці існувало право на захист цілісності твору та заборона на внесення до змін нього. Стародавні закони були спрямовані на охороною цілісності твору та честі автора, і в той же час не гарантували права автора на одержання прибутку від розповсюдження твору [1].

Механізм охорони авторського права на міжнародному рівні створено з підписанням у 1886р. Бернської конвенції про охорону літературних і художніх творів.

До підписання цієї конвенції деякі країни намагалися офіційно захистити авторське право [2], так:

-в Англії (1557р.) королева М.Тюдор затвердила Статут Організації книговидавців, згідно з яким тільки члени Організації мали право видавати книги. Першим офіційним законом про авторське право вважається Статут королеви Анни (1709 р.); де передбачено передачу права власності на примірники книг уповноваженим власникам;

-у США права власності в основному базувалися на початкових положеннях англійського Статуту Анни. І тому перший американський федеральний закон, прийнятий 1790р., передбачав період охорони для книг, карт і морських карт впродовж 14 років з дати першої публікації з можливістю продовження до кінця життя автора та за умови дотримання суворої реєстрації і вимог до депозиту. Ці особливості зберігалися в законодавстві США до 1976р., коли був прийнятий чинний нині закон;

-у Франції перехід від системи привілеїв до системи авторського права був частиною загальної зміни в житті країни (через революцію), яка скасувала всілякі привілеї, включно з видавцями. У 1791 і 1793 рр. Конституційна асамблея прийняла два декрети, які заклали основи французької системи авторського права, гарантуючи автору право на довічне публічне виконання, а спадкоємцям - на 5 років після смерті автора. Питання авторського права Франції істотно відрізнялося від положень Статуту Анни; ці права розглядалися як «авторське право» і використовувалися впродовж життя автора, незалежно від публікації та дотримання таких формальностей, як реєстрація. Такий же підхід був основою для формування авторського права Польщі.

Висновок. У світовій практиці історично склалися дві системи авторського права – системи загального права (Велика Британія, США) та цивільного права (Франція, Німеччина). Концептуальна відмінність між ними полягає в тому, що перші захищають лише майнові права, другі – майнові та немайнові права.

Література:

1. Gólat Rafal, *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Wydanie: 11, Seria Skrypty Becka, 2021, s.296; (link bezpośredni: <https://numl.org/Nyz>)
2. Górnicki Leonard, *Rozwój idei praw autorskich: od starożytności do II wojny światowej*, Wydawca Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław 2013, s. 324; (link bezpośredni: <https://numl.org/NyA>)

Науковий керівник Відоменко Оксана

20.6.

Marketing

Chairperson – Olga Pietuhova
Secretary – Olga Leleka

20.6.

Маркетинг

Голова – Ольга Петухова
Секретар – Ольга Лелека

1. Розроблення айдентики бренду

Маргарита Москвіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Потужна айдентика бренду є важливою для компанії, оскільки вона допомагає виділитися серед конкурентів, вибудувати свій бренд у соціальних мережах, залучити цільову аудиторію та, зрештою, розвинути свій бізнес.

Матеріали і методи. У ході дослідження були застосовані методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати. Айдентику бренду часто плутають з іміджем бренду чи з брендом в цілому, але це три різних концепта, які треба розрізняти:

1) Бренд охоплює все, що визначає компанію: палітру кольорів, логотип, шрифти, зображення, голос і тон, місію, бачення, цілі, особистість, продукти, ціни, використання соціальних мереж і тому подібне;

2) Айдентика бренду трохи конкретніша. Це обличчя бренду: візуальний, змістовий і тональний вибір, який компанія робить, щоб представити свої цінності, історію та продукт;

3) Імідж бренду – це сприйняття бренду у свідомості покупця. Це сукупність переконань, асоціацій, ідей і вражень, які споживач має щодо бренду.

Є багато частин, які виходять за рамки створення логотипу та вибору деяких ключових кольорів. Створення айдентики бренду потребує:

- дослідження ринку: цільової аудиторії, ціннісної пропозиції та конкуренції;
- дослідження власного бренду: компанія має чітко розуміти як саме вона хоче бути репрезентованою брендом та як бренд має сприйматися споживачами;
- розроблення ключових елементів бренду, які комунікують з аудиторією: палітра кольорів, шрифти, логотип, зображення та елементи дизайну, шаблони, голос і тон, все це справляє певне враження на споживачів;
- створення брендбуку та загальних директив: усі елементи бренду мають бути узгодженими та розповідати одну й ту саму історію, не збиваючи аудиторію з пантелику змішаними сигналами;
- конструювання стратегії та цілі бренду: для збереження послідовності, необхідно визначити довгострокові цілі та потенційні методи їх досягнення;
- моніторинг та адаптація: компанія має слідкувати за реакціями аудиторії, щоб, за необхідності, знати які саме зміни треба внести, щоб не втратити поточний прогрес та надалі розвинути бізнес.

Висновки. Для того, щоб бренд впізнавався та сприймався позитивно, вкрай важливо, аби компанія створила та закріпила айдентику бренду, яка точно репрезентує підприємство споживачам.

Література

1. Сидорук А. В., Бортников Є. Г., Люта Д. А. Аналіз розробки айдентики туристичного бренду (на прикладі м. Запоріжжя). *Регіональна економіка*. 2021. №3(101). С. 67-72.
2. Химич І., Балацко Б. Унікальність брендів – запорука фінансового успіху компаній. *Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету*. 2019. №1(56). С. 92-105.

Керівник – доц. Скригун Н. П.

2. Вплив маркетингових комунікацій виробників алкоголю на молодь

Вікторія Груньська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Наразі рекламні агентства повинні бути креативними та використовувати альтернативні спроби просування алкогольної продукції через законодавчі обмеження.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати та обговорення. Продаж алкогольних напоїв здійснюється не тільки через традиційні засоби масової комунікації, такі як: телебачення, друковані видання, білборди, сітілайти (розміщення вивіски товарів і послуг) тощо, а й через спонсорство та приховану рекламу [1]. Причиною заборони прямої реклами алкоголю є вживання алкоголю молоддю, що негативно впливає на їх здоров'я. За даними дослідження 86% українських підлітків хоча б раз вживали алкоголь. Водночас кожен п'ятий розповів, що вживає алкогольні напої майже щотижня [2].

Оформлення деяких алкогольних напоїв більше подобається підліткам, ніж дорослій аудиторії. Упаковка, використовувана для алкогольних напоїв, має кращий попит у підлітків, ніж дорослих, і майже половина підлітків з більшою ймовірністю придбає продукт, який виглядає як безалкогольний напій. Упаковка розроблена так, аби зацікавити підлітків і молодь, використовуючи тварин та анімації [3].

Алкогольна індустрія націлена на жінок у всьому світі за допомогою низки стратегій. Молоді жінки є одними з тих, на кого спрямовані інтерактивні методи в соціальних мережах (конкурси, фотографії), щоб заохочувати створення контенту та взаємодію з вмістом алкогольних брендів та обмін ними. Існують побоювання, що такий контент нормалізує об'єктивізацію та сексуалізацію жінок і, як наслідок, може вплинути на ставлення до жінок і ставлення до них у суспільстві загалом [4].

Висновки. Використання реклами алкоголю є досить небезпечним, враховуючи негативний вплив на молодь та використання гендерних стереотипів. Але це не означає, що треба повністю заборонити рекламу. Реклама алкоголю має бути якісною. Також слід збільшити поширення здорового способу життя, щоб вживання алкоголю стало усвідомленим.

Література

1. Реклама та ринок алкогольних напоїв: Ольга Демідова, 2021. URL: <http://surl.li/enecy> (дата звернення 22.01.2023).
2. Куріння, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед підлітків, які навчаються: поширення й тенденції в Україні: за результатами дослідження 2019 року в рамках міжнародного проекту «Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та інших наркотичних речовин – ESPAD». Київ: ТОВ «ОБНОВА КОМПАНІ», 2019. 214 с. URL: <http://surl.li/eneff> (дата звернення 22.01.2023).
3. Barker, A. B., Britton, J., Thomson, E., Hunter, A., Opazo, B. M., & Murray, R. L. (2019), «A content analysis of tobacco and alcohol audio-visual content in a sample of UK reality TV programmes», Journal of Public Health (Oxford, England).
4. Atkinson AM, Begley E, Jones L, Sumnall H (2019), «A rapid narrative review of literature on gendered alcohol marketing and its effects: exploring the targeting and representation of women».

Керівник – доц. Скригун Н.П.

3. Поведінка споживача в системі маркетингу

Анастасія Столярська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Споживачі займають центральне місце в маркетингу, оскільки саме від рівня їхнього добробуту, потреб, поведінки багато в чому залежать формування ринкової кон'юнктури, успішність маркетингових програм, що реалізуються фірмами-виробниками, загальна економічна ситуація в країні, регіоні.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати та обговорення. Поведінка споживачів – фундамент, на якому будується вся маркетингова концепція. Це діяльність, спрямована безпосередньо на отримання (що купити, де купити, як оплатити, як доставити), споживання (де складувати, де, як, кому і коли використовувати) і розпорядження (куди викинути, перепродати чи як використовувати інакше) товарами і послугами, включаючи процеси прийняття рішень, які передують цим діям і слідує за ними. Головні принципи розуміння поведінки споживача на сучасному ринку: 1. споживач – господар. Він може відхилити всі спроби впливу на нього, тому вся діяльність фірми повинна бути адаптована до мотивації і поведінки споживача; 2. мотивацію і поведінку споживача можна зрозуміти через наукові дослідження. Абсолютні прогнози неможливі, але стратегічні результати помітно поліпшуються при строгому науковому підході і правильному застосуванні результатів досліджень; 3. На поведінку споживача впливають переконання; 4. поведінка споживача і вплив на нього допускається, аби уникнути спроб маніпулювання ним, в рамках закону, етичних і моральних норм.

Для потреб маркетингу важливо знати не тільки суть поведінки споживача, а й її складові елементи, до яких належать: відчуття потреб і оцінка їх стосовно індивідуальних шкал преференцій, тобто дотримування ієрархії потреб; придбання засобів споживання; вибір із доступних засобів споживання, тобто спосіб компонування благ і послуг; використання засобів споживання, тобто спосіб поводження з ними [1].

У маркетинговій практиці виокремлюють дві основні групи споживачів. Кінцеві споживачі купують товари та послуги для особистого, сімейного чи домашнього використання, а промислові споживачі (організації-споживачі) купують товари задля подальшого виробництва, використання або перепродажу їх як іншим організаціям, так і кінцевим споживачам. Мотиви їхньої поведінки різняться.

Висновки. Отже, вивчення поведінки споживачів передбачає дослідження процесів, які відбуваються, коли індивідуум або групи вибирають і купують товари або послуги, користуються ними і позбавляються від них з метою задоволення своїх потреб і бажань.

Література

1. Пахуча Е.В. Поведінка споживача. URL: <http://surl.li/eoequ> (дата звернення 23.01.2023)

Керівник – доц. Скригун Н.П.

4. Чинники впливу на купівельну поведінку споживача

Наталія Гулак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Аналіз споживчого ринку впливає як на створення нової, так і на покращення вже існуючого товару в асортименті компанії. Купівельна поведінка споживачів є досить не стійкою, на її зміну впливають безліч чинників.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. На успішність підприємницької діяльності впливає правильність вибору споживчого ринку, тобто свого сегменту покупців, які будуть зацікавлені в діяльності компанії та ознайомленні з асортиментом. Тому обґрунтоване використання коштів задля дослідження існуючих споживачів на ринку є інвестицією в розуміння моделі поведінки споживачів. Дана модель включає в себе зовнішні подразники; процеси сприйняття інформації та процеси ухвалення рішення про здійснення купівлі товару або послуги.

Загалом чинники, які впливають на купівельну поведінку покупця, можна поділити на дві групи: контрольовані й неконтрольовані з боку фірми. Психологічні, особистісні, соціокультурні фактори та фактори ситуаційного впливу не підлягають контролю з боку фірми, проте їх треба постійно досліджувати та враховувати в маркетинговій програмі фірми [1].

Основним чинником, який впливає на поведінку споживачів є психологічний, а саме: сприйняття; мотивація; погляди на життя та переконання. Психологічні чинники доводять те, що від людини неможливо очікувати однакової реакції на різні асортиментні групи. Тому треба враховувати мотивацію, сприйняття, засвоєння інформації, вироблення певних переконань та ставлення до покупки. Коли споживач має мотиви для здійснення купівлі товару або послуги, він готовий діяти, але характер його дій залежить від сприйняття ситуації. Сприйняття характеризується як процес, завдяки якому люди відбирають, організовують та інтерпретують інформацію, будуючи в своїй підсвідомості картинку про існуючий товар або ж послугу. При негативному досвіді використання аналогів певної групи продукції споживач матиме критичне ставлення до товару, що буде збільшувати проміжок часу від рішення про здійснення покупки до придбання.

При здійснення купівлі на поведінку споживача мають також вплив особистісні чинники (вік, стать, сімейний статус, етап життєвого циклу, економічне становище, професія, освіта, рівень доходів, тип особистості, стиль життя); соціокультурні (референтні групи, сім'я, соціальна роль і статус, культура та субкультура, суспільний клас); вплив комплексу маркетингу (товарна маркетингова політика, цінова політика, збутова та комунікаційна політика); чинники соціального впливу (зміни в макросередовищі; зміни обставин у покупця та атмосфера, яка панує в магазині).

Висновки. Таким чином, можна зробити висновки, що на купівельну поведінку споживачів впливає безліч чинників, які варто враховувати при виборі цільової аудиторії. Підприємство, яке проводить дослідження для вибору споживчого ринку, буде успішнішим, ніж те, яке не проводить такий аналіз.

Література

1. Поведінка споживачів при покупці та після її здійснення. URL: <http://surl.li/eqlny> (дата звернення: 31.01.2023)

Керівник - доц. Скригун Н.П.

5. Імідж підприємства як інструмент забезпечення його конкурентної переваги

Анастасія Бачмага

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успіх будь-якої компанії залежить від багатьох факторів сприйняття та оцінки фірми, один із них є враження, яке вона справляє у свідомості споживача, тому підприємствам необхідно формувати та підтримувати позитивний імідж.

Матеріали і методи. У роботі було використано методи аналізу і синтезу, метод узагальнення

Результати. Сучасний ринок характеризується дуже великою конкуренцією, саме тому важливим завданням є формування позитивного іміджу підприємства задля завоювання прихильності споживачів товарів та послуг.

Імідж підприємства є одним з інструментів досягнення стратегічних цілей підприємства, що торкаються основних сторін її діяльності та орієнтовані на перспективу. Переваги позитивного іміджу очевидні. Водночас позитивна популярність не з'являється сама собою і не існує сама по собі. Вона вимагає цілеспрямованої систематичної роботи з формування позитивної репутації підприємства [1].

Імідж компанії потрібно розробляти, виходячи з декількох аспектів. По-перше, це фірмовий стиль, тобто створення і подальше вдосконалення елементів, таких як логотип, набір шрифтів і необхідної текстової інформації. По-друге, це реклама і PR, побудова та підтримка правильного враження у свідомості покупців. По-третє, не менш важливий елемент це корпоративна культура. Адже це проявляється у тому, як працівники ставляться один до одного, до своєї роботи та клієнтів.

Позитивний імідж надає споживачу додану цінність товару або послуги та підвищує унікальність товару, тим самим закріплює ринкову позицію підприємства серед конкурентів. Створення позитивного іміджу може дати такі результати: споживачі готові купувати товари або послуги за вищі ціни; підвищення частки ринку та об'єму продажів; підвищення конкурентоздатності фірми; підвищення рівня пізнаваності продукції підприємства на ринку; формування більш сприятливого відношення партнерів до компанії. Звідси стає очевидним, чому сильний, позитивний, правильно сформований імідж є найважливішою стратегічною, конкурентною перевагою для будь-якого підприємства.

Побудова та підтримка стійкого іміджу супроводжується довгостроковими інвестиціями та значними затратами часу, що не дає швидкої віддачі. До того ж, підприємству необхідно постійно мати інформацію про свій імідж і вчасно вживати заходів, також, слід розуміти, що якщо підприємство упустить свою ринкову позицію, то повернути її буде дуже складно та кошти, вкладені в розвиток підприємства можуть принести досить неочікувані результати.

Висновки. Отже, позитивний імідж допомагає підприємству зайняти міцну ринкову позицію та привернути увагу багатьох споживачів, що позитивно вплине на діяльність підприємства.

Література

1. Андрусенко М.М., Зось-Кіор М.В., Таран-Лала О.М. Імідж підприємства як фактор впливу на його конкурентоспроможність. *Агросвіт*. 2020. Вип. 7. С. 233.

Керівник – доц. Скригун Н.П.

6. Embedded marketing as a tool of visual communication.

Alina Sahach, Mykhailo Arych

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Marketing is an integral part of managing a business and attracting and retaining new customers. There are many marketing strategies, such as global, basic, growth strategies, dependent on the choice of target market, and dependent on the degree of segmentation.

Materials and methods. During the execution of this work, articles and research from internet sources were used. Analysis, synthesis, and a systemic approach were applied to complete the task.

Results. Embedded marketing, also known as product placement, is a marketing strategy in which a product or brand is embedded into content or an environment in order to increase brand recognition and sales. Embedded marketing is presented in a way that evokes positive feelings towards the promoted brand, which is mentioned or discussed in the program. They are not overt advertisements. Embedded marketing is effective because it allows the audience to develop a stronger connection with the brand in a more natural way, rather than through direct marketing.

Manufacturers and advertisers have become more experienced with embedded marketing, and there are several types that are used depending on the ways of promoting the brand or product. The main types of embedded marketing include the following:

1. Film and television marketing: involves embedding a product or brand in the script of a movie or TV show. This can be done, for example, by using the product as a prop.

2. Sponsorship marketing: can be used to showcase the brand in a favorable environment. For example, a brand can sponsor a sports event or festival, where its product will be shown on advertising posters, broadcast on television, or mentioned by hosts.

3. Video game marketing: embedded marketing can also be used in video games, where the product or brand can visually be present in the game. For example, the main character's car in a game can display the advertised car brand.

4. Social media marketing: embedded marketing can be used in social media, where the brand can collaborate with influencers or bloggers to promote their product.

5. YouTube video content marketing: embedded marketing can be used in YouTube content, where the product can be embedded in the video or sponsor channels.

Conclusions. Embedded marketing can be an effective way to increase product awareness and attract new customers. However, it can also be an expensive and complex process that requires a lot of resources to implement. Therefore, before using embedded marketing, it is important to conduct a detailed analysis and develop an effective advertising strategy.

References

1. Chen, C. H., Yang, Y. C., Shih, P. L., Lee, F. Y., & Lo, C. C. (2011). A cloud-based recommender system – A case study of delicacy recommendation. *Procedia Engineering*, 15(1), 3174–3178.

2. Smit, E., van Reijmersdal, E., & Neijens, P. (2009). Today's practice of brand placement and the industry behind it. *International Journal of Advertising*, 28(5), 761–782.

3. Investopedia (2022). Product Placement [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.investopedia.com/terms/p/product-placement.asp>

7. Analysing the Economic Impact of Government Policies on the Growth and Development of the Organic Food Industry

Khudolii Diana

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction: The organic food industry has been growing rapidly in recent years, due to the increasing consumer demand for healthier and environmentally friendly products. However, the industry still faces challenges, including competition from conventional food producers and a lack of government support. The aim of this thesis is to investigate the economic impact of government policies on the growth and development of the organic food industry.

Materials and methods: The study used both quantitative and qualitative methods to analyse the data. The study collected data from official statistical sources and relevant literature review from the last 4 years. Econometric analysis was used to investigate the relationship between government policies and the growth of the organic food industry. Surveys were also conducted to gather information on consumer attitudes towards organic food and their willingness to pay a premium for organic products.

Results: The results of the study showed that government policies have a significant impact on the growth and development of the organic food industry. The study found that subsidies and regulations have a positive effect on the industry's ability to compete with conventional producers, as well as its ability to meet consumer demand for organic products. Additionally, the study revealed that investing in the organic food industry can bring economic benefits such as job creation and increased economic activity in rural areas. Consumer surveys showed that there is a high level of awareness and acceptance of organic food among consumers and a willingness to pay a premium for organic products. The study also identified barriers to the growth of the organic food industry, such as lack of access to organic inputs and lack of government support for organic farming practices. Furthermore, the study also highlights that organic food consumption can lead to benefits such as health benefits, environmental benefits, and animal welfare benefits. The study found that organic food consumption can lead to a reduction in the use of synthetic fertilizers and pesticides, which can contribute to improved water and air quality, as well as reduced soil erosion. Consumer surveys revealed that the consumers are highly interested in knowing about the benefits of organic food, such as the benefits to the environment, health and animal welfare, which leads to increased confidence in organic food products.

Conclusions: The thesis provides policy makers with a better understanding of the economic factors that influence the organic food industry and the consumer attitudes towards it. The study suggests potential solutions to the challenges that the industry faces, such as providing subsidies and regulations that support organic farming practices, increasing access to organic inputs, and investing in the organic food industry. The study also recommends that government policies should be designed to encourage sustainable farming practices and to promote organic food as a healthier and environmentally friendly option.

References:

1. "The Impact of Government Policies on the Development of the Organic Food Industry" by R.K. Singh and R.K. Sharma (2019)
2. "Economic Analysis of Organic Farming" by J.S. Wang and L.L. Xu (2021)
3. "Government Support for Organic Agriculture" by B.P. Lu and Y.C. Wang (2020)

Scientific adviser Mynko Lilia

8. Особливості та характеристики Event-маркетингу

Анастасія Венгаренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні навіть невелика кампанія може принести більше прибутків і результатів, ніж традиційні рекламні кампанії. Одним із важливих елементів сучасних маркетингових комунікацій є подієвий маркетинг, він як і пряма реклама, забезпечує односторонню комунікацію за допомогою якої компанії взаємодіють із споживачем.

Матеріали та методи. Подієвий маркетинг – сучасна маркетингова стратегія, що характеризується інноваційністю та орієнтацією на прямий контакт із клієнтами, він включає кілька обов'язкових послідовних заходів: 1) завчасне надання інформації про подію; 2) організація заходів (конференцій, лекцій, акцій, концертів, виставок тощо); 3) наступна інформаційна хвиля. Основна перевага будь-якого спеціального заходу – це створення прямого зв'язку між клієнтом (продуктом, брендом) і аудиторією, створення емоційного зв'язку між ними [1]. Сьогодні все частіше для івент-маркетингу використовуються два методи: резонансний метод і закон соціального дослідження.

Результати. Маркетинг подій завжди базується на події або групі спеціальних заходів, організованих для просування товару/послуги. Цей комплексний метод маркетингової комунікації має багато спільного з діяльністю зі зв'язків з громадськістю, але на відміну від останнього, це найкращий спосіб для компаній обмінюватися інформацією з цільовою аудиторією, а також засіб залучення споживачів до культури бренду. Специфічною характеристикою подієвого маркетингу є не пряме заохочення клієнтів до покупки товарів/послуг, а в налагодженні довгострокових відносин з компанією. Проводячи захід, бізнес має можливість висвітлити спільні корпоративні цінності, більш чітко окреслити цільову аудиторію, зосереджуючись не тільки на товарах/послугах, а й безпосередньо на діяльності бізнесу як соціально активної спільноти, яка має конкретні завдання та функції в певних сферах суспільства. Існує багато типів івент-маркетингових кампаній, кожна з яких розрахований на певну цільову аудиторію – ЗМІ, потенційних ділових партнерів, дистриб'юторів, кінцевих споживачів. За цією ознакою заходи івент-маркетингу поділяються на такі категорії: заходи, пов'язані з поширенням інформації про події компанії в засобах масової інформації; презентації запрошених гостей; довгостроковий івент-маркетинговий договір від власника. Заходи, що складають основу діяльності, мають різний характер: діловий (зустрічі на високому рівні, конференції, конгреси, виставки), освітній (тренінги, семінари), спортивний (змагання, чемпіонати), розважальний (концерти, шоу), благодійність (спонсорська допомога) [2]. В рамках основних заходів послідовно проводяться рекламні івенти спрямовані на певну цільову аудиторію: консультація, дегустація, презентація, тест-драйв.

Висновки. Отже, якісно організовані івенти допомагають збільшити кількість відвідувачів та покращити прибутки компанії-організатора. Основні фактори які впливають на результати є вибір типу кампанії та оригінальність ідей заходу.

Література

1. Івент-маркетинг як інструмент просування продукції на ринку. URL: <http://surl.li/ektrr> (дата звернення: 15.01.2023).
2. Особливості івент-маркетингу. URL: <http://surl.li/ektru> (дата звернення: 15.01.2023).

Керівник – доц. Розумей С.Б.

9. Маркетингове ціноутворення на продукцію підприємства

Дарина Пасацька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах ринкової економіки успіх підприємства залежить від правильно обраної стратегії і тактики маркетингового ціноутворення на товари та послуги. Ціноутворення важливе, оскільки воно визначає цінність, завдяки якій товар вартий того, аби його виробили, а клієнти придбали. Саме ціна дозволяє клієнтам зрозуміти, чи вартий товар їхніх коштів.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Ціноутворення – це процес фіксації вартості, яку отримає виробник при обміні послуг і товарів. Відповідно до Закону України «Про ціни і ціноутворення» ціноутворення визначається як процес формування та встановлення цін [1]. Цілі ціноутворення можуть полягати у такому: виживання; збільшення поточного прибутку; управління ринком.

Підходів до визначення цінності товару існує багато. Кожен з них ґрунтується на певній теорії. Так, згідно теорії трудової вартості вартість товару визначається та може бути об'єктивно виміряна середньою кількістю робочих годин, необхідних для його виробництва. У трудовій теорії вартості кількість праці, яка витрачається на виробництво економічного блага, є джерелом вартості цього блага. Концепція граничної корисності використовується економістами для визначення того, яку кількість товару споживачі готові придбати. Гранична корисність - це додаткове задоволення, яке споживач отримує від наявності ще однієї одиниці товару чи послуги. Концепція граничної корисності використовується економістами для визначення того, яку кількість товару споживачі готові придбати. Теорія попиту та пропозиції поєднує два фундаментальних економічних принципи, що описують, як зміни в ціні ресурсу, товару чи продукту впливають на попит і пропозицію.

Методи ціноутворення можна умовно розділити на такі основні частини: методи ціноутворення, орієнтовані на витрати (адже багато фірм вважають собівартість виробництва основою для розрахунку ціни готової продукції) та методи ринково-орієнтованого (маркетингового) ціноутворення, за використання яких ціна розраховується на основі ринкових умов. Компанії можуть прийняти будь-який із цих методів ціноутворення залежно від типу продукту, який вони пропонують, і кінцевої мети, заради якої здійснюється ціноутворення.

Методи ціноутворення мають відповідати обраній стратегії ціноутворення. Найпоширенішими є такі: а) стратегія преміального ціноутворення, яку використовують у випадку, коли хочуть стягувати вищі ціни за свої продукти, ніж їхні конкуренти; б) стратегія ціни проникнення, яку використовують підприємства задля залучення клієнтів до нового продукту чи послуги, пропонуючи нижчу ціну під час початкової пропозиції; в) стратегія середньоринкових цін; г) стратегія «слідування за лідером»; д) стратегія цінового лідерства.

Висновки. Отже, для забезпечення власної конкурентоспроможним на ринку фірма має обрати правильну цінову стратегію та тактику, враховуючи дії конкурентів та власні цілі.

Література

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення»: №5007-VI від 21.06.2012 (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5007-17> (дата звернення: 27.02.2023)

Керівник – доц. Скригун Н.П.

10. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації компанії

Катерина Матієнко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успіх будь-якої компанії залежить від багатьох факторів, одним з яких є її імідж, що сформований за допомогою фірмового стилю. Фірмовий стиль виділяє компанію серед інших та робить її впізнаваною. При правильному розробленні фірмового стилю компанія може ефективно використовувати свій імідж та застосовувати нагадувальні реклами на декілька секунд із застосуванням своїх фірмових знаків, замість стандартної реклами до 30 секунд з частою періодичністю.

Матеріали і методи. У роботі було використано методи аналізу і синтезу, метод узагальнення

Результати. Сучасний ринок характеризується дуже великою конкуренцією, саме тому важливим завданням є формування ефективного фірмового стилю компанії задля завоювання прихильності споживачів товарів та послуг.

Фірмовий стиль є способом виділити організацію серед інших і зафіксувати її образ у свідомості людей. Це спеціально розроблена схема, яка охоплює все, що стосується створення візуального образу. Основними елементами фірмового стилю є корпоративні кольори, логотип, типографіка та форма. Він також включає особливий вигляд приміщень організації, стосується усього, що друкується, а також таких численних дрібничок, як посуд, серветки, значки тощо [1].

Фірмовий стиль компанії потрібно розробляти, враховуючи декілька аспектів. Перш за все, основою фірмового стилю виступає кольорова гамма, яка добре комбінується і має необхідний психологічний зміст, щоб привернути увагу споживачів. Друге, це створення логотипу з використанням кольорової гамми, ідеї компанії та її назви. Третє, але не менш важливе, це слоган компанії, який має бути на помітним і легко запам'ятовуватися, а також добре поєднуватися з музикою в телевізійній рекламі, щоб залишатися в пам'яті.

Вдало розроблений фірмовий стиль – це те, що робить компанію пізнаваною, тією, що запам'ятовується. При створенні фірмового стилю необхідно мати на увазі те, що обраний стиль має добре виглядати, як на рекламних брошурах, візитках, біл-бордах так і на інших атрибутах діяльності компанії, зовнішній вигляд не повинен псуватися при зміні його розміру. Створення належного фірмового стилю може дати такі результати як підвищення рівня пізнаваності товарів та послуг компанії; виділення серед конкурентів, тобто підвищення конкурентоздатності підприємства. Таким чином стає зрозумілим, чому вдало розроблений фірмовий стиль компанії є важливою стратегією та конкурентною перевагою для компанії.

Незмінні елементи фірмового стилю економлять час і сили споживачів при купівлі продукції компанії, залишаючи позитивні емоції та асоціації з назвою компанії. Покупці впізнають продукцію компанії за знайомими ознаками, такими як логотип, фірмові кольори, що є засобом ідентифікації компанії і довіри споживачів.

Висновки. Отже, вірно розроблений фірмовий стиль компанії допомагає підприємству зайняти міцну ринкову позицію та привернути увагу багатьох споживачів, що позитивно вплине на діяльність підприємства.

Література

1. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник / Френк Джефкінс; Доп. і ред. Деніела Ядіна; Пер. з англ. О.О. Чистякова. 4-те вид. URL: <http://surl.li/fccrpb> (дата звернення: 26.02.2023)

Керівник – доц. Бойко І.А.

11. Імідж товару у маркетинговій товарній політиці підприємства

Анастасія Вихристюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасні підприємства все більше усвідомлюють, що їхня результативність і прибуток значною мірою залежать від лояльності споживачів, на яку значною мірою впливають уявлення споживачів про сформовану продукцію та саму компанію.

Матеріали і методи. У роботі було використано методи аналізу і синтезу, метод узагальнення

Результати. Підприємства повинні прагнути до створення позитивного іміджу, створюючи враження на надійного та прибуткового партнера для кооперації, що є ключовим маркетинговим інструментом у формуванні уявлень та сприйняття споживачів. Образ (імідж) товару, бренду, компанії – це ідея чи асоціація, пов'язана з певною назвою, що виникає у покупців. Основна особливість іміджу полягає в тому, що він приваблює людей, які особисто не знають про товар і ще не мають власної думки про нього, але знаходяться під впливом іміджу, що формується в навколишньому середовищі.

Створення позитивного іміджу – складний процес підтримання комунікації з реальними та потенційними споживачами задля формування на їхньому підсвідомому рівні певної позитивної асоціації з назвою товару, брендом або назвою виробника. Ефект буде ще кращим, якщо образ продукту створюється за участю нейтральних сторін.

У сучасних умовах, коли вимоги споживачів до якості продукції значно зросли, проводиться сертифікація (тобто підтвердження відповідності товару) певним стандартам або специфікаціям. Як підтвердження слугують документи або знаки міжнародних організацій сертифікації товарів.

Правильне планування та ефективна презентація демонстрацій продукції також може допомогти зміцнити позитивний імідж товару. З їх допомогою продукт можна представити споживачам, максимально повно інформуючи їх про характеристики, переваги та особливості товару.

З позиції іміджевої реклами найефективнішими є: телевізійна реклама, біг-борди, реклама про трафік, популярна реклама в газетах, участь у благодійних акціях. Важливо пам'ятати, що будь-яка реклама повинна створювати образ, який відповідає стилістичного образу магазину та навколишньому середовищу. Останнім пунктом у створенні іміджу має стати те, що називають фірмовим стилем – постійний набір художніх прийомів, тексту та інших елементів у всіх рекламних засобах. Найголовнішими носіями стилю фірми є брендові блоки, слогани брендів, кольори бренду, сувенірна продукція та канцелярське приладдя.

Висновки. Отже, імідж є однією з найважливіших характеристик організації, фактором довіри до неї та її продукції, умовою її процвітання. Метою створення іміджу є не завоювання популярності організації, а забезпечення позитивного ставлення до неї та її товарів.

Література

1. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: підруч. Київ: КНЕУ, 2001. 240 с.

Керівник – доц. Семененко К.Ю.

12. Соціальні медіа як сфера маркетингової діяльності підприємства

Оксана Казімірова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Стрімкий розвиток інформаційних технологій, а також зменшення чутливості споживачів до традиційних медіа каналів, викликають все більшу популярність соціальних медіа.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використано методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Соціальні медіа мають свої особливості, які відрізняють їх від інших, тому питання щодо їх застосування в маркетингу є актуальним для підприємств. Соціальні медіа – важлива сфера маркетингової діяльності підприємств. Вони дозволяють компаніям взаємодіяти зі своїми клієнтами та потенційними клієнтами в режимі реального часу, що дає змогу збільшити вплив бренду та підвищити рівень його впізнаваності. Використання соціальних медіа підприємств мають певні переваги: залучення нових клієнтів та збільшення лояльності існуючих; підвищення обізнаності про бренди; збільшення рівня задоволення клієнтів; можливість ефективніше спілкуватися з клієнтами та забезпечити якісний сервіс.

Унікальність соціальних медіа полягає в тому, що вони дають можливість безпосередньої взаємодії зі споживачами. Наприклад, якщо компанія створює сторінку свого продукту (послуги) в соціальних мережах, користувачі можуть залишати там свої коментарі, рекомендації, огляди, задавати питання та взаємодіяти один з одним, щоб обговорити компанію, бренд, продукт чи послугу. Будь-який споживацький відгук і коментар (позитивний чи негативний), залишений одним користувачем, може бути каталізатором для іншого користувача і, як наслідок, спонукати до вибору (відмови) тієї чи іншої компанії, бренду, товару, послуги [1].

Залучення нових клієнтів може здійснюватися шляхом просування рекламних оголошень, розміщення цікавого та корисного контенту, запрошення до співпраці з впливовими особистостями, проведення різноманітних акцій та конкурсів. З метою підвищення рівня лояльності клієнтів підприємства використовують такі елементи соціальних мереж, як відповіді на запитання та відгуки, організації опитувань та голосувань. Також можна пропонувати ексклюзивні пропозиції для клієнтів, які підписані на сторінку бренду в соціальних медіа. Для успішної реалізації маркетингових стратегій в соціальних мережах необхідно розуміти свою цільову аудиторію, вести регулярну взаємодію з нею та використовувати ті інструменти, які найбільше підходять для досягнення поставлених цілей. Важливо слідкувати за тим, які нові тренди з'являються в соціальних мережах та швидко адаптуватися до них, аби залишатися конкурентоспроможними на ринку. Соціальні мережі можуть стати важливим інструментом для розвитку підприємства та досягнення його бізнес-цілей.

Висновки. Соціальні медіа стали невід'ємною частиною маркетингу підприємств. Можливості, які вони дають, є значними для успішного функціонування компанії, тому їхнє використання є важливим елементом у загальній маркетинговій стратегії просування товарів та послуг.

Література

1. Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. Вип. №4. С. 86-94. URL: <http://surl.li/fcxqi> (дата звернення: 28.02.2023)

Керівник - доц. Скригун Н.П.

13. CRM системи як складова інтернет-маркетингу підприємства

Назарій Навроцький

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зараз усе більше і більше зростає конкуренція на усіх рівнях ринкових відносин і є доволі високою в сучасних реаліях. Для того, щоб компанія виграла конкурентну боротьбу, варто запроваджувати не лише концепції щодо залучення нових клієнтів, а і вміти утримувати існуючих.

Матеріали і методи. Було використано теоретичні методи дослідження, а також порівняння. Порівняння дає змогу встановити подібність і розходження предметів та явищ дійсності, а також встановити загальне у порівнюваних об'єктах та особливості і властивості, які притаманні кожному з предметів або явищ.

Результати. Для утримання клієнта, важливо приділяти значну увагу їхнім інтересам і бажанням, що відповідає клієнтоорієнтованому підходу до ведення бізнесу. Але, як показує практика, корпораціям, які використовують такий метод залучення клієнтів, часто важко врахувати свої інтереси, і вони вважають, що це складна мета.

Впровадження таких систем, це досить поступовий та довгий шлях, адже використання їх неможливе без підтримки та прямої участі керівника компанії, та найголовніше, ці ідеї мають підтримувати співробітники, які часто можуть виступати проти таких колосальних змін, адже це підвищує рівень навантаження роботи, зокрема це означає, що роботи буде усе більше, а отже і продуктивність має підвищуватись, що забирає життєву енергію та інколи може погано вплинути на співробітників. Також досить часто самі співробітники не розуміють, навіщо отримувати інформацію про клієнтів та як правильно її використовувати, щоб вона принесла користь. Важливо також переконатися, що працівники володіють необхідними навичками роботи з комп'ютером і належним чином ними користуються. Таким чином вся ця сукупність проблем може призвести до небажання працювати у програмах, саботажу та виснаження, тому дуже важливим і найголовнішим є контекстний метод впровадження системи із залученням фахівців та консультантів із впровадження CRM-систем.

Як усім відомо, для продуктивності та автоматизації усієї внутрішньої діяльності підприємства варто застосовувати такі системи - ERP (Enterprise Resources Planning - планування ресурсів підприємства), спрямовані на вдосконалення таких процесів, як планування, виробництво, облік і контроль бізнес-процесів. Однак у цих системах клієнти не мають прямого відношення до бізнес-процесів компанії, вони знаходяться поза цих процесів.

Існують цілі стратегії, які поєднують концентрацію зусиль бізнесу з наведення порядку всередині самого підприємства у бік обслуговування клієнтів на користь обох сторін, адже це допомагає інтегрувати клієнта усередину компанії і надати йому власне індивідуальне обслуговування, саме це є головним завданням яке намагається вирішити будь-яке підприємство на шляху до структуризації. Це стратегія CRM (Customer Relationships Management - управління відносинами з клієнтами є ключовим інструментом управління взаємодіями з клієнтами).

Висновки. Отже, CRM-системи дозволяють «інтегрувати» клієнта в область інтересів підприємства. При цьому компанія отримує максимально можливу інформацію про своїх клієнтів та їх потреби і, виходячи з цих даних, будує свою організаційну стратегію, яка стосується виробництва, реклами, продажу та обслуговування.

Керівник – доц. Бойко І.А.

14. Метод «дерево цілей» як складова маркетингової стратегії

Вікторія Шиліна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективність роботи підприємства визначається тим, як швидко та якою ціною досягається головна ціль підприємства. Оскільки кожне підприємство має більше ніж одну ціль, то щоб побудувати правильну маркетингову стратегію та для полегшення процесу подальшого аналізу результатів діяльності, цілі повинні бути упорядковані. Метод «дерево цілей» є одним зі способів упорядкування цілей підприємства.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використано методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Вперше концепція «дерева цілей» була запропонована Ч. Черчменом і Р. Акофф в 1957 році. Вона дозволяє привести в порядок плани, побачити власні цілі для підприємства; дозволяє виявити можливі комбінації ефективного та якісного досягнення кінцевої, центральної цілі підприємства.

Термін «дерево» вказує на те, що в основі методу лежить принцип ієрархічної структури (поділу): розподіл цілей за певними критеріями. Комбінації таких критеріїв можуть базуватися на ступені важливості окремих цілей, на тривалості досягнення окремих цілей (довгострокові, середньострокові, короткострокові) тощо. Важливою умовою є взаємопов'язаність окремих цілей між собою та головною (центральною) ціллю підприємства.

Побудова згідно з принципом ієрархічної структури зазвичай має наступний вигляд: ціль вищого рівня є орієнтиром для розробки цілей нижчого рівня; цілі нижчого рівня є способами досягнення мети вищого рівня і мають бути представлені так, щоб їхня сукупність зумовлювала досягнення початкової цілі.

Як було зазначено суттєвими, для побудування дерева цілей, є часові характеристики цілей. Зазвичай вони визначаються як довгострокові та короткострокові. Довгострокові цілі – цілі, що досягаються пізніше ніж через п'ять років; середньострокові, як правило, є сходинкою між короткостроковою ціллю та довгостроковою і за тривалістю займає від трьох до чотирьох років; відповідно, короткостроковими вважаються цілі, які досягаються упродовж одного-двох років.

Розподіл на довгострокові і короткострокові цілі має принципове значення, оскільки ці цілі істотно розрізняються за змістом. Короткострокові цілі характеризуються більшою деталізацією та конкретизацією. Довгострокові цілі ж не потребують надмірної конкретизації, оскільки всі нюанси були вже пропрацьовані в період досягнення короткострокової цілі, удосконалені за період досягнення середньострокових цілей.

Висновки. Отже, метод «дерева цілей» є невід'ємною складовою довгострокової маркетингової стратегії, оскільки допомагає організувати та систематизувати цілі підприємства. Такий метод відзначається графічним зображенням ієрархічної структури цілей підприємства та способів їх досягнення.

Література

1. Юрій Е. О., Луцик І. Б. Цілі у системі стратегічного планування. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 8. Частина 4. С.143-146 URL : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_08/197.pdf (дата звернення: 03.03.2023)

Керівник – ас. Лелека О.О.

15. Автоматизація бізнес-процесів з використанням штучного інтелекту: переваги та виклики

Євгенія Анікеєнко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток штучного інтелекту відкриває нові можливості покращення бізнес-процесів. Системи автоматизації з ШІ допомагають компаніям підвищити продуктивність, знизити витрати і стати більш конкурентоспроможними на ринку.

Матеріали і методи. Для проведення дослідження було використано дані з різних джерел, включаючи наукові статті та публікації в Інтернеті. Було проаналізовано різні варіанти використання штучного інтелекту в автоматизації бізнес-процесів і визначено переваги і виклики даного впровадження.

Результати. Автоматизація бізнес-процесів (АБП) – це використання технологій та інструментів для автоматизації, оптимізації та управління бізнес-процесами підприємства. Одним з ключових інструментів в автоматизації є штучний інтелект. Основні методи АБП з використанням ШІ включають наступні:

1. Розпізнавання образів і голосу використовується для автоматизації різних бізнес-процесів, зокрема, обробки замовлень та звернень від клієнтів.

2. Обробка природної мови використовується для автоматизації процесів, що пов'язані з обробкою текстової інформації.

3. Машинне навчання - використовується для створення моделей, які можуть передбачати результати бізнес-процесів на основі даних, що були зібрані раніше.

4. Роботи-помічники - використовується для автоматизації повсякденних завдань, таких як планування зустрічей, підготовка документів і відповідь на електронні листи.

5. Аналітика даних - використовується для автоматизації процесів збору та аналізу даних, зокрема, для прогнозування ринку, планування виробництва та управління запасами.

6. Автоматичне прийняття рішень - використовується для автоматизації процесів прийняття рішень, що базуються на даних, зокрема, управління інвестиціями та ризиками.

Інтеграція ШІ в процес автоматизації бізнесу може принести численні переваги, однак супроводжується певними викликами.

Переваги:

- 1. Підвищення ефективності та продуктивності
- 2. Покращення клієнтського досвіду
- 3. Оптимізація управління ресурсами
- 4. Підвищення рівня безпеки
- 5. Забезпечення конкурентоспроможності

Виклики:

- 1. Високі витрати на впровадження
- 2. Непередбачуваність результатів
- 3. Потреба відповідної інфраструктури
- 4. Недостатня кількість даних
- 5. Етичні та юридичні питання

Висновки. Отже, впровадження АБП з використанням ШІ має свої переваги та виклики. Тому компанії повинні уважно розглянути можливості та ризики перед впровадженням нових систем, а також забезпечити наявність необхідної інфраструктури та кваліфікованого персоналу.

Література.

- 1. Батарєєв В.В. Методи та системи штучного інтелекту. *Вісник Хмельницького національного університету*. № 1. 2021 (293). URL: <http://surl.li/bkuuj> (дата звернення 03.03.2023)

Керівник — доц. Закревська Л. М.

16. SMM в ресторанному бізнесі на прикладі атмосферного ресторану HayLoft

Вікторія Грицай

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі більшість людей зареєстровані в соціальних мережах і проводять там понад дві годин на день. Споживачі схильються спершу подивитися інформацію на сторінці, а тоді вже відвідати заклад, тому SMM є важливим у бізнесі.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є Інтернет-ресурси, власний досвід. У роботі були використанні методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати. За допомогою соціальних мереж можна легше організувати процес знайомства цільової аудиторії з брендом, підвищити довіру. Легше проходить процес інформування споживачів про товар чи послугу, про новинки, знижки тощо. Також легше організувати зворотній зв'язок [1].

Проаналізуємо Інстаграм-сторінку атмосферного ресторану HayLoft з позицій ефективності та резервів удосконалення.

1. Шапка профілю. В шапці присутня назва закладу, графік роботи та послуги, які можуть запропонувати в даному закладі. Інструментом приваблення уваги є емодзі, поряд з послугами, а також дійсне посилання «heylink.me», що дозволяє швидко перейти на сторінку із меню, сайтом, доставкою, кешбеком та іншими посиланнями. Історії поділені на категорії, що зручно для пошуку необхідної інформації [2].

2. Візуалізація та копірайтинг. Весь візуал сторінки зроблений в одній кольоровій гамі. Під кожним постом присутній текст. Всі фото хорошої якості, в одній кольоровій гамі, що гарантує гармонійний та охайний загальний вигляд сторінки. Фото різноманітні: від меню та окремих страв до фото із святкуваннями та рекламою подій і знижок. Текст присутній під кожним постом, написаний легко та в одному стилі, проте відсутня активність в коментарях. Для цього не вистачає відповідного закликати писати коментарі. Із позитивних рис є присутність закликати відвідати заклад, контакти та адреса у кожному пості, а також максимальна кількість хештегів, що дозволяє збільшити відвідуваність Інстаграм-сторінки.

3. Пропозиції. Варто додати заклики до написання коментарів до постів, а також розглянути можливості проведення ВТЛ-акцій для клієнтів у вигляді конкурсів у соціальних мережах із прив'язкою до Інстаграм-сторінки закладу.

Висновки. Інстаграм – це допоміжний інструмент для комунікації та інформування споживачів. Сторінка HayLoft має чіткий стиль та гармонійне поєднання кольорів. Для збільшення активності в коментарях не вистачає закликати до відповідної дії. Також доцільним може бути проведення конкурсів із прив'язкою до Інстаграм-сторінки ресторану.

Література.

1. Ведення соціальних мереж. *I am marketing*. Веб-сайт. URL: <http://surl.li/fauwb>.
2. HayLoft. Version 2.0. URL: <https://www.instagram.com/hayloft.2.0/>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

17. Формування іміджу підприємства

Тетяна Шкурат

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування іміджу – це багатогранний процес, до якого залучені всі працівники підприємства, оскільки від репутації фірми на ринку залежить успішність її існування.

Матеріали і методи. Задля розкриття теми дослідження були використані кабінетні методи дослідження.

Результати. Імідж підприємства є підкріпленням та підвищенням його конкурентоспроможності. Створення позитивного іміджу дає змогу збільшити прибуток підприємства, тому не слід недооцінювати його важливість в формуванні ефективного функціонування на ринку. Сучасні підприємства працюють в умовах жорсткої конкурентної боротьби, тому високий імідж дає їм можливість мати стійкі ринкові позиції, перемагати конкурентів, підтримувати попит на свою продукцію, розширювати клієнтську базу.

Формування іміджу підприємства відбувається у декілька етапів.

На першому етапі необхідно провести аналіз цільової аудиторії, визначити всі демографічні характеристики (вік, рід діяльності, рівень доходу, належність до певного соціального класу, специфіку національного походження цільової аудиторії). Всі ці показники мають велике значення в подальшому задля створення концепції іміджу. З цією метою компанії виділяють для себе головні принципи, мотиви та цінності, які безпосередньо мають збігатись із цінностями та принципами цільової аудиторії.

На другому етапі розробляється система заходів, які б сприяли створенню позитивного образу підприємства у очах споживачів.

Третій етап передбачає реалізацію цих заходів або маркетинговими методами, або організаційними. До основних маркетингових засобів формування іміджу відносять фірмовий стиль, візуальні та вербальні (словесні) засоби, рекламні та PR-заходи тощо.

На наступному – четвертому етапі – необхідно оцінити, чи вдалося сформувати такий імідж, як планувалося, чи відповідає він тим викликам, які можуть чинити на нього вплив. На імідж можуть впливати різноманітні чинники середовища. До них належать готовність персоналу підприємства до виконання своїх функціональних обов'язків, їхня мотивація; соціально-психологічний клімат у колективі; якість виробленої продукції; можливість встановлення ціни, яка відповідає співвідношенню «ціна-якість»; проведення інноваційної політики, яка сприяє оновленню асортименту; фінансова стабільність; участь у благодійних заходах та спонсорство; наявність зворотнього зв'язку із споживачами продукції підприємства тощо.

Задля дослідження іміджу можуть бути застосовані такі методи: семантичного диференціалу/метод використання шкали Степела; застосування шкали сумарних оцінок; оцінювання іміджу на основі визначення довіри; комплексний метод оцінювання.

Висновки. Формування іміджу – це довготривалий процес. Він здійснюється для створення позитивної думки споживачів, відчуття цінності компанії на ринку, які споживач безпосередньо приймає та розділяє. Вдало сформований імідж дозволяє зайняти на ринку гідну позицію.

Керівник – доц. Бєлова Т.Г.

18. Концепція емоційного маркетингу: вплив на споживача

Аліна Бахмач

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Концепція емоційного маркетингу належить до сучасних маркетингових концепцій, які відіграють велику роль у діяльності будь-якого підприємства. Вона надає можливість побудувати міцні зв'язки із споживачами, враховуючи емоції, які викликає продукція при її купівлі та споживанні.

Матеріали і методи. Задля розгляду даної теми були застосовані кабінетні методи дослідження.

Результати. Емоційний маркетинг містить систему маркетингових заходів, які покликані підвищувати обізнаність споживачів щодо характерних рис товарів та послуг та надавати їм впевненість в тому, що з ними життя перетвориться на різноманітне та цікаве. У повсякденному житті на людину та її дії впливають зовнішні та внутрішні чинники середовища. Вони викликають певні переживання, які перетворюються у емоції. Емоції можуть бути негативними та позитивними. Задача маркетолога – прикласти зусиль для того, щоб розвивати позитивні емоції, підсилювати їх. Розглядають такі різновиди емоцій: радість, зацікавленість, щастя, страждання, сором, страх, подив, презирство, гнів. Серед цих емоцій, які притаманні людині, спеціаліст з маркетингу повинен вибрати такі, які будуть сприяти просуванню продукції підприємства. Він може спиратися на такі емоційні стани людини, як радість, щастя, зацікавленість. Такі емоції, якщо продукт чи послуга зможуть викликати їх, допоможуть закріпити успіх на ринку, привернути більшу увагу споживачів, розширити їхнє коло.

Концепція емоційного маркетингу призначена для створення певного настрою у споживачів у процесі вибору, купівлі та споживанні продукції підприємства. Маркетологи сьогодні повинні шукати такі прийоми для просування продукції, які вчора ще були непотрібні. Це пов'язано з тим, що покупці настільки звикли до того, що продукція є на полицях магазинів, що її можна купити у будь-який час, що постійно присутня реклама, яка розповідає про переваги продукту, що навіть не звертають увагу на все це розмаїття. Тому треба прикласти зусиль та викликати у споживачів емоції задля успішного просування брендів.

З цією метою маркетологам доводиться використовувати такі категорії, як любов, дружба, сім'я, взаємодія, повага, щоб знайти можливість керувати емоціями. Необхідно створити певні асоціації з продуктом, який пропонується компанією, використати маркетинговий інструментарій для переконання споживачів у необхідності купівлі саме цієї продукції, а не товару конкурентів. Креативні підходи та ідеї, які застосовуються при цьому, покликані створити такої емоційний стан у покупця, який дозволить би йому не тільки зробити покупку, але й залишив певні враження. Тоді вірогідність наступної покупки значно збільшується. У всьому ланцюжку процесу купівлі повинні бути присутні емоції від бренду. Тільки тоді можна казати, що зусилля по доведенню продукції до споживача були успішними.

Висновки. Компанії зацікавлені в тому, щоб розробити концепцію та організувати виробництво такого товару, який би дозволив проникнути у свідомість людини та викликати певні емоції. Такий товар якомога більше задовольняв би потреби споживачів та дозволив міцніше закріпитися на ринку. Емоції від товару – це ті конкурентні переваги, які може мати підприємство.

Керівник – доц. Белова Т.Г.

19. Обґрунтування маркетингових рішень щодо удосконалення асортиментного портфеля за результатами матриці БКГ

Анна Мельник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні в умовах нестабільності ринкового середовища, споживчих уподобань, скорочення життєвого циклу товарів та інших факторів впливу формування збалансованого асортиментного портфеля підприємства є важливим завданням для успішного розвитку компанії.

Матеріали і методи. Для досліджень використовувались напрацювання зарубіжних та вітчизняних вчених у сфері маркетингу. Основу досліджень склали кабінетні методи, а також були використані методи аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. Одним з найпопулярніших методів аналізу асортименту підприємства є аналіз матрицею Бостонської Консалтингової Групи (БКГ). Матриця БКГ – це інструмент аналізу портфеля продуктів або послуг компанії з точки зору їх потенційного зростання та частки ринку.

Щоб удосконалити асортиментний портфель на основі результатів матриці БКГ, потрібно виконати такі дії:

1. Оцінити продукти. Першим кроком є аналіз всього асортименту продуктів компанії та їх класифікація за матрицею БКГ.

2. Визначити цільову аудиторію. Другим кроком є визначення цільової аудиторії для кожного продукту.

3. Розробити стратегію. На основі результатів аналізу продуктів потрібно розробити стратегію удосконалення асортиментного портфеля.

Основні маркетингові стратегії, які можна застосувати на основі результатів дослідження за матрицею БКГ:

– Розвиток. Продукти або бізнес-одиниці, у яких високі темпи росту ринку та висока частка ринку («зірки»), потребують більшої уваги та інвестицій, щоб розвиватися й надалі. Компанія може збільшити обсяги виробництва, розширюючи мережу дистриб'юторів або використовуючи нові технології.

– Збереження ринкової частки. Прибуток від товарів у яких низькі темпи росту, але висока частка ринку, тобто від «Дійних корів», стабільно високий, тому є сенс просто підтримувати такі групи товарів.

– Збільшення ринкової частки. Найкраще підходить для «Важких дітей», завдяки даній стратегії ці товари можуть бути удосконалені через збільшення їх ринкової частки. Цього можна досягти підвищенням якості продукту, розширенням асортименту, зменшенням вартості виробництва або підвищенням ефективності маркетингу.

– Ліквідація бізнесу. Для продуктів або бізнес-одиниць, у яких низька частка ринку та темпи зростання («собаки»), які безнадійно втратили можливість приносити прибуток компанії, доцільно використати дану стратегію. А засоби з ліквідації краще направити в розвиток інших товарів.

Висновки. Проаналізувавши матрицю БКГ компанія може приймати обґрунтовані рішення щодо удосконалення свого асортиментного портфеля, а це дозволяє пристосовуватися до змінних потреб ринку та збільшувати ефективність діяльності. Його результатом може бути покращення ефективності бізнесу, збільшення прибутків та задоволення потреб споживачів.

Керівник – доц. Крайнюченко О.Ф.

20. Маркетингова політика кав'ярні «Чайка»

Аліна Лукомець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сфера сервісу має свою специфіку щодо ведення маркетингової політики. Застосування ефективних маркетингових інструментів у ресторанному бізнесі покликане сформуванню привабливу атмосферу закладу та клієнтську лояльність.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є Інтернет-ресурси та власний досвід. Використовувались методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати. Поціновувачі кавових напоїв в сучасному світі не йдуть вже тільки за основним продуктом. В більшості випадків споживач спирається на пошук атмосфери та затишку, спокою та гармонії, а також зручного і швидкого сервісу [1]. Маркетингова політика кав'ярні «Чайка» налічує багато прийомів заохочення споживачів.

Неймінг: «Чайка» – вдала назва кав'ярні, бо звучить дуже легко та ніби зачарує. Історія і концепція. Олена, власниця, хотіла створити місце, яке перенесе її в дитинство, де вона бігала маленькою, гралась на березі моря і відчувала легенький вітерець свободи. Музичний супровід кав'ярні добре підкреслює концепцію, нагадуючи морський бриз. Спочатку кав'ярня спеціалізувалась на виготовленні не більше п'ятнадцяти позицій кави: стандартні напої. Базою такого рішення стали результати маркетингових досліджень щодо попиту цільової аудиторії, на їх основі було розроблено єдине меню та розбавлено літніми напоями і солодкими десертами [2]. Місце розташування є досить вдалим: в самому центрі містечка, біля великих магазинів, що забезпечує жваві потоки людей, а клієнтам дозволяє відпочити від покупок та попоти смачної кави.

Цікавий прийом просування: власниця намагається дивувати своїх споживачів та комунікувати з ними через створення тематичних боксів до різних свят. Це можуть бути бокси з солодощами та чайними наборами. «Чайка» відома екологічним підходом до обслуговування: в кав'ярні продаються фірмові чашки та термочашки, в які можна замовити гарячий напій та отримати за це знижку. Також в закладі діє акція: придбай п'ять чашок кави та шосту отримай у подарунок.

Сервіс. Важливою частиною є комунікація безпосередньо під час продажу продукту, іншими словами сервіс. Варто сказати, що персонал даного закладу завжди привітний та усміхнений. Олена налагодила якість сервісу на високому рівні, а іноді сама долучається до процесу обслуговування, що створює атмосферу взаємодовіри та підвищує лояльність клієнтів.

Висновки. Маркетингова політика кав'ярні «Чайка» характеризується вдалим поєднанням асортименту, концепції та місця розташування закладу. Є цікаві прийоми просування та акцент на екологічності, хороший сервіс та затишна атмосфера.

Література.

1. Авраменко Т. Не лише поїсти: що передбачає вдала концепція ресторану. Mind.ua. 2019. URL: <https://cutt.ly/98NZF6g>
2. Kavyarnya_chayka_berezan. Офіційна сторінка Instagram. URL: <https://cutt.ly/F8NZMVx>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

21. Фірмовий стиль ТОВ «Київський БКК»

Владислава Філоненко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Актуальність теми дослідження полягає у тому, що розробка елементів фірмового стилю є невід’ємною частиною побудови вдалої комунікації з аудиторією, що, у свою чергу, призводить до підвищення впізнаваності та довіри до компанії.

Матеріали і методи. При дослідженні використовувався метод аналізу та теоретичного узагальнення. Об’єктом дослідження обрано елементи фірмового стилю ТОВ «Київський БКК».

Результати. Фірмовий стиль містить різноманітні елементи, але основні це: логотип, фірмовий слоган, фірмові кольори, фірмові шрифти, обличчя бренду. Компанія «Київський БКК» – це провідний національний виробник кондитерських виробів – тортів та тістечок. На виробництві застосовуються як традиційні, так й інноваційні технології [1]. Логотип компанії має в основі форму овалу з об’ємним контуром та назвою, що привертає увагу і нагадує крем. Форму овалу можна швидше зрозуміти і легше запам’ятати, адже вигнуті лінії асоціюються з витонченістю, маневреністю, невимушеністю, відсутністю жорстких рамок, що доречно для кондитерської продукції. Абrevіатура БКК є основою логотипу ТОВ «Київський БКК». Часто споживачі навіть не здогадуються про дійсне значення абrevіатури, але це не впливає на зниження простоти ідентифікації бренду, порівняно зі «словесним» логотипом, де використовується повна назва компанії.

Ще одним елементом логотипу є фігурна лінія з фірмовим слоганом «Щастя є». Слоган створений на основі принципів компанії, за якими вони здатні змінювати настрої людей на краще, пробуджувати нові яскраві емоції та вносити яскраві барви у життя, завдяки солодошам [1]. Фірмовими кольорами є коричневий та золотий. Ці кольори добираються дизайнерами згідно зі знаннями про психологічний вплив кольору. Коричневий – це колір тепла і затишку, що нерідко використовується в рекламі кондитерських виробів та закладів, а в цьому випадку має шоколадний відтінок, що одразу пробуджує апетит. Щодо золотого, то це колір, що уособлює у собі вищий сорт і престиж.

Також одним з елементів фірмового стилю є обличчя фірми. Зазвичай це популярна особистість, яка стає амбасадором бренду. Наразі обличчям ТОВ «Київський БКК» є відомий в Україні та світі шеф Ектор Хіменес-Браво. Разом з ним компанія запустила нову лінійку продукції під назвою «від Шефа», де пропонуються нові смаки давно відомих десертів.

Висновки. У ході дослідження визначено поняття фірмового стилю та з’ясовано, що єдність у оформленні фірмового стилю досягається використанням певної кольорової гами, графічних елементів, шрифтових гарнітур у оформленні ділової, рекламної продукції, а також в упаковці, уніформі тощо. Визначено, що властиві ТОВ «Київський БКК» кольори та дизайнерські рішення були обрані на основі аналізу психології реклами та мають безпосередній вплив на споживача.

Література.

1. Офіційний сайт ТОВ «Київський БКК». URL: <https://kyivbkk.com/> (дата звернення 10.03.2023)

Керівник – доц. Соловйова Ю.Є.

22. Аутсорсинг персоналу

Давід Сімкін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В останні роки в умовах зростаючої конкуренції спостерігається популяризація аутсорсингу персоналу як засобу оптимізації процесу управління людськими ресурсами.

Матеріали і методи. В процесі написання роботи були використані наукові статті, тези, монографії, підручники вітчизняних та зарубіжних вчених з даної теми, матеріали конференцій, методи бібліографічного дослідження, класифікації та порівняння, контент-аналізу, дедукції, систематизації та логічного узагальнення, інші методи.

Результати. Аутсорсинг представляє собою використання послуг сторонніх виконавців за межами організації для виконання різнопланових задач та функцій. В сучасному вигляді аутсорсинг з'явився в 30-х роках минулого століття за часів протистояння двох великих автомобільних корпорацій – General Motors та Ford. В кінці 80-х його було визнано бізнес-стратегією, а в 90-х він став невід'ємною складовою бізнесу [1]. На сьогоднішній день відбулось розширення переліку видів аутсорсингу. Одним з найбільш популярних видів аутсорсингу виступає аутсорсинг персоналу.

Аутсорсинг персоналу покликаний забезпечити зростання ефективності бізнесу за рахунок передачі непрофільних, супутніх задач стороннім компаніям або спеціалістам шляхом укладення з ними відповідного договору. Завдяки цьому підвищується рівень концентрації бізнесу на важливих задачах, забезпечується мінімізація ризиків, витрат на персонал та організацію робочого простору, а також максимізація якості сервісу. Так, керівництво організації використовує модель змінних витрат, тобто несе витрати виключно за фактом виконаних робіт, в той час коли витрати на штатний персонал пов'язані з виплатою фіксованої заробітної плати за календарний місяць, а також включають в себе оплату лікарняних, відпусток та здійснення інших соціальних виплат. Окрім того, компанія, яка надає послуги аутсорсингу, самостійно займається пошуком спеціалістів, найчастіше маючи доступ до більшого кадрового резерву, забезпечує якісний сервіс та вчасне виконання поставлених задач в рамках укладеного договору. Однак, незважаючи на наявні переваги, аутсорсинг персоналу має і певні недоліки. По-перше, організація втрачає контроль за окремими ділянками роботи. Незважаючи на те, що, згідно з договором про надання послуг, аутсорсингова компанія зобов'язується виконувати роботу якісно, на відміну від працівника організації, сторонній спеціаліст не зобов'язаний детально відповідати перед керівництвом організації про хід роботи. По-друге, відбувається розголошення комерційної таємниці стороннім виконавцям. Безпека даних організації залежить виключно від рівня сумлінності виконавців. По-третє, організація потрапляє в залежність від послуг аутсорсингової компанії у разі відсутності конкуренції на відповідному сегменті ринку праці.

Висновки. Аутсорсинг персоналу забезпечує ефективне делегування повноважень та розвиток бізнесу. Однак, керівництво організацій повинно проводити порівняльний аналіз переваг та можливих ризиків, перш ніж використовувати дану послугу.

Література

1. Alexandra Twin Outsourcing: how it works in business, with examples. URL: <https://www.investopedia.com/terms/o/outsourcing.asp> (дата звернення: 13.03.2023).

Керівник – професор, д.е.н. Ольга Петухова

23. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування

Альона Гарастовська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток комунікаційних технологій, активне застосування цифрового інструментарію в діяльності підприємств, збільшення кількості користувачів соціальних мереж зумовили ріст онлайн-операцій, вплинувши на маркетингову діяльність в цілому.

Матеріали і методи. У ході дослідження використовувались методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Ефективна маркетингова діяльність підприємств забезпечується завдяки гнучкості даних підприємств, їх високій швидкості реагування на зміни зовнішнього середовища та адаптації до цих змін. Враховуючи сучасні тенденції розвитку, глобалізацію, складну економічну ситуацію, воєнний стан в країні та COVID-19 спостерігається швидке зростання онлайн-бізнесу, що посилює роль соціальних мереж як інструменту просування.

Практично кожне підприємство має веб-сайт, хоча за нинішніх умов цього недостатньо. Все більш важливу роль стають відігравати соціальні мережі, завдяки яким охоплюється необхідна аудиторія та привертається увага потенційних клієнтів.

Відповідно до досліджень GlobalLogic [1] спостерігається зростання кількості користувачів соціальних мереж в Україні – від 60% населення у 2021 році до 76,6% у 2022.

Існує велика кількість платформ соціальних мереж, популярними серед користувачів є Facebook, Instagram, YouTube, TikTok та Telegram, які пропонують різноманітні рекламні інструменти, що забезпечують зручні способи просування продукції та послуг. Саме тому 70% підприємств використовують соціальні медіа як канали для просування та виділяють такі цілі: залучення потенційних нових споживачів, брендинг та підвищення лояльності покупців.

Використання соціальних мереж в діяльності підприємств має ряд переваг: охоплення великої аудиторії незалежно від їх місця знаходження, точність сегментування, посилений зворотній зв'язок та невисока вартість.

Споживачі під час вибору платформ соціальних мереж звертають увагу на функціонал, який буде для них більш зручний, а також візуальне оформлення. Тому варто враховувати, чи відповідає дана послуга або продукт обраній соціальній мережі. Для цього слід провести аналіз платформ, на яких зосереджена необхідна кількість аудиторії для сприйняття інформації. При цьому слід зазначити, що ландшафт соціальних мереж постійно змінюється та присутній фактор ботів (сторінки роботів чи несправжні сторінки), відповідно це не принесе користі діяльності підприємству.

Тому перед обранням платформи соціальної мережі варто враховувати усі характеристики, особливості та обмеження соціальних платформ, провести їх детальний аналіз, моніторинг для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Висновки. Отже, соціальні мережі є ефективним каналом впливу на велику аудиторію та функціонують як сучасні інструменти для просування товарів та послуг.

Література

1. GlobalLogic [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globallogic.com/ua/> (дата звернення: 09.03.2023).

Керівник – професор, д.е.н. Ольга Петухова

24. Копірайтинг як інструмент написання ефективних текстів

Ксенія Коваленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Люди мешкають у сучасному світі, у такий період часу, коли технології з кожним роком все більше прогресують, вдосконалюються, модифікуються та трансформуються задля покращення життя населення. І копірайтинг – один із найяскравіших результатів цього прогресу.

Матеріали і методи. Використано теоретичний метод дослідження.

Результати та обговорення. Більшість людей, не пов'язаних зі сферою реклами і, відповідно, не зацікавлених у ній, не мають уявлення хто такі копірайтери і що входить до їхніх обов'язків. Люди звикли до загальновідомих посад, таких як маркетолог, арт-директор, креативний менеджер, рекламний агент, а решта розглядаються як незначні позиції в компанії або агентстві, на які не слід звертати особливої уваги.

Проте, копірайтер займає важливе місце в рекламній сфері, адже без ефективного та креативно написаного тексту не вдасться зробити вдалу рекламу, гідну будь-якого клієнта. Як я дізналася, прочитавши книгу «Про рекламу» Девіда Огільві: «Один копірайтер, який добре знає свою справу – прийоми, за допомогою яких можна змусити людей звернути увагу на рекламу, – здатний вплинути на більшу кількість читачів, ніж решта». Копірайтер має викликати довіру і жодних сумнівів стосовно рівня свого професіоналізму. Він обов'язково має бути зацікавлений в особистому зростанні та розвитку власного інтелекту. Важливо читати якомога більше книг, а не покладатися лише на інтуїцію.

Крім того, копірайтинг є одним із ключових інструментів для бізнесу, який використовується для продажу товарів та послуг. Основною метою цього інструменту є спонукання споживача до дії: замовлення, кліку на сайті або дзвінку. Важливою є також низка факторів, таких як: отримання нових клієнтів, збільшення кількості відвідувачів та постійних покупців та популяризація бренду або послуги. Успіх у комунікації з клієнтами та гарна репутація компанії так само залежать і від копірайтера.

Слід зазначити, що справжній професіонал у цій сфері має високі знання з психології, є талановитим письменником, вміє проводити маркетингові аналізи, розуміє основи продажу товарів та їх просування у соціальних мережах і, до всього іншого, є справжнім джерелом креативу, скарбницею нових ідей для різних проектів та яскравим маяком для тих клієнтів, які довгий час шукали собі чудового копірайтера.

Висновки. Можна сміливо сказати, що копірайтинг – чудовий інструмент створення не лише креативних та унікальних текстів, а й змістовного фундаменту рекламного світу. Якщо ви довіритися професійному копірайтеру, ваш проект буде в надійних руках.

Керівник – ас. Лелека О.О.

25. Соціальні мережі як один із видів маркетплейсів

Віра Кучерина

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Активний розвиток діджитал сфери в торгівлі зробив онлайн-магазини невід’ємною частиною нашого життя. А поняття "маркетплейс" постійно на слуху. Соціальні мережі в свою чергу допомагають розширити обсяг цільової аудиторії, краще познайомити споживачів зі своєю продукцією та перетворити їх в лояльних покупців.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є Інтернет-ресурси та власний досвід. Використовувались методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу та власний досвід.

Результати. Онлайн-торгівля вийшла на значно вищий рівень за останніх 2 роки, і постійно поповнюється новими магазинами, торговими марками, які пропонують товари для різних сфер життя. Соціальні мережі наразі виступають, як повноцінна платформа для продажу та просування продуктів і послуг та виступають як найкращий спосіб познайомити клієнта зі своїм продуктом. Тож створення офіційного сайту та розвиток Instagram, Facebook, TikTok та YouTube є невід’ємною частиною розвитку.

Соцмережі допомагають залучати нових покупців, тобто розширювати обсяг цільової аудиторії та відкривати нові аудиторії для бізнесів. Якщо брати до уваги найбільші мережі такі як Facebook та Instagram, то українська аудиторія вже зараз становить 15 млн і 13 млн користувачів, відповідно. Ці мережі надають можливість охопити ще більшу аудиторію за допомогою таргетованої реклами, що налаштовується відповідно до вподобань споживачів товарів бізнесу. Підвищення лояльності споживачів: якісне та цікаве ведення сторінки в соціальних мережах буде приваблювати нових підписників до підписки на акаунт, що потім його може перетворити з глядача у покупця. Якщо більшість продажів ведеться через сайт, то соцмережі можуть в цьому допомогти: публікації новинок, акцій із закликом переходу на сайт, будуть давати хороші плоди у вигляді продажів. Реклама у блогерів – допоможе залучити нових підписників, які в майбутньому можуть стати вашими клієнтами. Головне при виборі блогера впевнитися в його статистиці та проаналізувати чи його аудиторія являється вашою цільовою.

Основним моментом виступає вибір соціальної мережі. Все залежить від вашого продукту. Якщо ваш товар чи послуга має більш люксовий сегмент (дорогі годинники) – варто обирати Facebook. Аудиторія цієї платформи більш старша, відповідно більш цільова для вашого товару. Але й пробувати інші платформи також потрібно: Instagram та TikTok зараз активно розвиваються, бо є молодшими системами на ринку України.

Висновки. Соціальними мережами користується велика кількість людей, і деякі з них можуть стати вашими клієнтами. Вибір соціальної мережі для просування залежить від вашого продукту та особливостей вашої цільової аудиторії. Соціальні мережі - це лише один із каналів просування. Наявність власного інтернет-магазину дозволяє використовувати більшість способів просування продукції.

Література.

1. Каркунова К. Просування інтернет-магазину в соцмережах: *Хорошоп*. 2020.
URL: <https://cutt.ly/cChsPd>
2. Тихонюк Н. Маркетплейси – що це таке простими словами: *Elit web*. 2021.
URL: <https://cutt.ly/7ChWeda>

Керівник –ст.викл. Ірина Ніколаєнко

26. Розроблення привабливої маркетингової пропозиції ресторанного закладу

Яна Бондар

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розроблення привабливої маркетингової пропозиції допомагає визначити унікальні характеристики ресторану та підкреслити їх, щоб залучити більше клієнтів та відрізнитися від конкурентів.

Матеріали і методи. Для даного дослідження були використані актуальні наукові праці у сфері ресторанного маркетингу та методи узагальнення, системного підходу, індукції та дедукції.

Результати. Розроблення привабливої маркетингової пропозиції для ресторанного закладу – це не просто важливий етап в розвитку бізнесу, а справжнє мистецтво. Щоб залучити нових клієнтів та зберегти існуючих, необхідно виявити те, що робить ресторан особливим. Для досягнення цієї мети необхідно почати з дослідження ринку та аналізу конкурентів. Це допоможе визначити вимоги та очікування цільової аудиторії, а також зрозуміти, як ваш ресторан може виділитися з-поміж інших [1]. Ринкові дослідження допоможуть визначити пропозицію, яка відповідає очікуванням цільової аудиторії і одночасно відрізняється від пропозицій конкурентів. Це може бути відмінна якість продуктів, спеціальні акції та знижки, незвичайне оформлення та атмосфера в ресторані, високий рівень сервісу тощо [2]. Один з головних елементів привабливої маркетингової пропозиції – це унікальна тематика ресторану та вишуканість його меню. Не варто боятися експериментувати зі смаками та інгредієнтами, щоб створити щось нове та незвичайне. Крім того, важливо створити привабливе середовище для клієнтів, яке буде сприяти затишку та комфорту, підкреслювати унікальність. Дизайн ресторану може бути вирішальним фактором, що впливає на рішення клієнта про відвідування ресторану та його подальшу лояльність. Колірні рішення можуть викликати різні емоції, тому важливо звернути увагу на колірну палітру та її відповідність концепції ресторану. Також важливо пам'ятати про комфортність меблів, особливо якщо ресторан пропонує шведський стіл або бізнес-ланчі, де клієнти можуть перебувати протягом тривалого часу. Відповідна музика та освітлення можуть створити приємну та розслаблюючу атмосферу, що сприятиме позитивному досвіду клієнта в ресторані.

Інший важливий аспект – це реклама та просування ресторану. Варто використовувати різноманітні канали, такі як соціальні медіа, рекламні оголошення, та співпрацювати з іншими компаніями, щоб залучити нову аудиторію. Постійний моніторинг ринку та збір фідбеку від клієнтів допоможе аналізувати ефективність маркетингової стратегії та вносити необхідні зміни для поліпшення результатів.

Висновки. Розроблення привабливої маркетингової пропозиції може бути складним процесом, проте він дозволяє залучати нових клієнтів та зберігати старих, підвищувати прибутковість та конкурентоспроможність ресторанного бізнесу.

Література.

1. Разінькова М.Ю. Етапи проведення маркетингового планування в ресторанному бізнесі. *Економіка & Держава. Науково-практичний журнал.* 2020. URL: <https://cutt.ly/U4qnbej>

2. Самодай В.П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи. *Навчальний посібник.* Суми. Вид-во СумДПУ ім. А.С.Макаренка. URL: <https://cutt.ly/D4qb80d>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

27. Методи залучення цільової аудиторії за допомогою діджитал-технологій

Назарій Навроцький

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Маркетингова діяльність у сфері надання медичних послуг починається з аналізу ринку. Аналіз ринку передбачає насамперед дослідження маркетингового мікросередовища, тобто тих факторів, які чинять безпосередній вплив на виробників медичних послуг.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є Інтернет-ресурси та власний досвід. Використовувались методи аналізу, синтезу, узагальнення, системного підходу.

Результати. Методами залучення цільової аудиторії та шляхів просування в соціальних мережах для підвищення лояльності та продажів є: опитування людей щодо оцінки візуального оформлення, цікавості контенту наявних соціальних мереж бренду, оптимізація акаунтів бренду у соціальних мережах; розвиток одразу декількох соціальних мереж та створення різнобічного контенту створення комбінованого контенту (інформативного, продаючого, розважального); запуск таргетованої реклами.

Для того, щоб зацікавлювати людей та продавати більше своїх послуг слід скористатись методом опитування цільової аудиторії шляхом анкетування або онлайн-зідзвонами, де можна дізнатись: чи цікавий контент на сторінці бренду; чи запам'ятовується він; чи викликає бажання залишитись; чи скористались б послугами бренду.

Після опитування слід перейти до другого методу - оптимізація акаунтів бренду у соціальних мережах. Спочатку слід заповнити основну інформацію бренд та визначити своє позиціонування на ринку, а потім вивчати його профіль у соціальних мережах, зокрема, шапку профілю, де має бути чітка інформація, яка відбудує бренд від конкуренції та зацікавить потенційного клієнта.

Третім методом є розвиток одразу декількох соціальних мереж та створення різнобічного контенту створення комбінованого контенту (інформативного, продаючого, розважального та ін.).

Не менш важливим методом залучення цільової аудиторії до спільнот бренду є запуск таргетованої реклами на цільову аудиторію. Але головне не допустити помилку і не витратити великі бюджети на рекламу всього контенту сторінки, коли достатньо просувати найякісніші та найактивніші пости.

Висновки. Діджитал-технології – доволі ефективний та недорогий інструмент просування контенту, який може зацікавити нових цільових підписників та підвищити заявки та продажі. Якщо дотримуватись вказаних методів – підприємство буде працювати ефективно.

Література.

1. Козлов Н.І. Особистісна ідентичність. URL: <https://cutt.ly/XUS0cQU> (дата звернення: 09.01.2023).

2. Мангушев Д.В., Пихтін А. В. Застосування інструментів цифрового маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності. / Modern Economics. 2021. №30. С. 147-152.

Керівник –ст.викл. Ірина Ніколаєнко

28. Просування продукції підприємства в мережі Інтернет

Валентина Яценко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інтернет-маркетинг наразі є одним із найперспективніших напрямків розвитку бізнесу в Україні. Незважаючи на економічну кризу та численні внутрішні та зовнішні перешкоди, економіка країни має розвиватися. У цьому контексті важливо досліджувати нові можливості просування товарів в інтернеті.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Інтернет сьогодні один з найефективніших каналів просування продукції компанії. Стратегія інтернет-маркетингу підприємства залежатиме від охоплення та комунікаційних можливостей цільової групи. Інтернет-маркетинг має великий потенціал за такими параметрами: охоплення цільової аудиторії; проведення анкетування цільової аудиторії; ефективність отримання результатів; висока достовірність отриманих результатів. Інтернет дозволяє маркетологам профілювати цільову аудиторію: за статтю, віком, доходом, освітою, потребами тощо.

Просування компанії – це низка маркетингових активностей, спрямованих на інформування споживачів про переваги компанії, її товари (послуги). Рекламна діяльність компанії відбувається в ринкових середовищах (нішах), де ідентифікуються та задовольняються потреби споживачів. Реклама підвищує попит на продукцію та сприяє впізнаваності бренду компанії серед клієнтів і партнерів. Просування товару можна здійснювати за допомогою різних маркетингових активностей: традиційна реклама, просування в соціальних мережах, SEO, пресрелізи та рекламні акції тощо. Метою просування товару є залучення покупців і збільшення обсягів збуту продукції підприємства. Щоб успішно просувати свій продукт, завойовувати ринок і отримувати прибуток, необхідно поставити відповідні цілі і визначити кроки до їхнього досягнення – все це має бути прописано у маркетинговій стратегії. Роздрібна торгівля, обслуговування клієнтів – ефективний спосіб завоювати довіру клієнтів до бренду виробника.

Інструменти оптимізації бізнес-процесів, такі як багатоканальна платформа SendPulse, можуть допомогти досягти цілей. Цьому сприяють і канали поширення інформації: розсилки електронною поштою, SMS, Viber, Instagram, Telegram, WhatsApp, чат-боти Facebook і служби push-повідомлень. За допомогою впровадження високоєфективних інформаційних технологій компанія зможе зміцнити свої лідируючі позиції на ринку, завоювати довіру споживачів, підвищити свій імідж і конкурентоспроможність.

Висновки. Використання онлайн-просування дозволяє впроваджувати сучасні технології, відкривати нові форми роботи з клієнтами, надає можливість постійної взаємодії з партнерами, а також доступ до різноманітних джерел інформації, збільшуючи тим самим прибуток підприємства.

Література

2. Падерін І.Д. Розвиток Інтернет-маркетингу на підприємствах малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. № 1(43). С. 120-124. (дата звернення: 08.03.2023)

Керівник - доц. Скризун Н.П.

29. Реклама, як об'єкт авторського права

Марія Баранова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасному світі реклама є невід'ємною складовою маркетингової стратегії більшості компаній. Вона дозволяє дізнатися більше про продукт або послугу, залучити нових клієнтів і підвищити продажі. Однак, чи може реклама бути об'єктом авторського права? Це питання є актуальним у зв'язку з поширенням цифрових технологій, які дозволяють легко копіювати та використовувати рекламні матеріали.

Матеріали і методи. У роботі було використано методи аналізу і синтезу, метод узагальнення, для проведення дослідження було використано дані з різних джерел, включаючи наукові статті та публікації в Інтернеті

Результати. У наукових дослідженнях авторського права реклама вважається твором, що має об'єктні та суб'єктні характеристики. Об'єктні характеристики включають ідею, концепцію, образ, форму та мовленнєву структуру.

Відповідно об'єктами авторського права, які можуть бути використані в рекламі включають в себе: малюнки, анімації, фотографії, музичний супровід, відео, дизайн, комерційні найменування, доменні імена, географічні зазначення, шрифт тощо.

Окремий інтерес як об'єкт авторського права заслуговує така складова реклами як «слоган». Але законодавство України не встановлює спеціальних вимог використання та охорони слоганів в рекламі.

Суб'єктні характеристики пов'язані з особистістю автора, який створив рекламний матеріал. Ці характеристики забезпечують охорону реклами згідно з авторським правом.

Реклама може охоронятися як авторське право на твір з моменту його створення. Це означає, що автор має ексклюзивне право на використання та розповсюдження свого твору. Якщо інші компанії хочуть використовувати рекламний матеріал, вони повинні отримати дозвіл автора та заплатити відповідну винагороду.

Проте, в цифровому світі, коли інформація швидко поширюється через Інтернет, важко забезпечити повне дотримання авторських прав на рекламу. Багато компаній копіюють та використовують рекламні матеріали без дозволу автора, що порушує авторське право та завдає шкоди автору та його бізнесу. Такі дії можуть призвести до судових позовів, штрафів та інших правових наслідків.

Для того щоб забезпечити захист авторських прав на рекламні матеріали, компанії повинні звернути увагу на захист своїх творів від копіювання та незаконного використання. Для цього можуть використовувати правові заходи, такі як реєстрація авторського права, ліцензування та договори про нерозголошення. Також важливо вести моніторинг в Інтернеті для виявлення незаконного використання своїх творів та приймати необхідні заходи щодо їх захисту.

Висновок. Отже, реклама може бути об'єктом авторського права, оскільки вона має об'єктні та суб'єктні характеристики, які забезпечують її охорону. Важливо, щоб компанії забезпечували захист своїх творів від копіювання та незаконного використання, щоб забезпечити захист своєї інтелектуальної власності та успішно просувати свій бізнес.

Керівник – ас. Лелека О.О.

30. Особливості комунікації брендів молочної продукції в мережі Instagram (на прикладі ТОВ «Галичина» та «Молокія»)

Валерія Скільська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В умовах повномасштабної агресії рф українські бренди демонструють високий рівень соціальної відповідальності та адаптують візуальні складові бренду відповідно до нових ідейно-комунікаційних наративів.

Матеріали і методи. У процесі дослідження був використаний системний підхід, методи узагальнення та аналізу. Об'єктом дослідження обрано бренд-сторінки в соціальній мережі Instagram ТОВ «Галичина» та «Молокія».

Результати. У липні 2022 р. ТМ «Галичина» розпочала нову рекламну кампанію на підтримку єдності українців. Через воєнний стан бренди будують комунікацію на основі соціальної складової та підтримки споживачів. Рекламна кампанія базувалась на тимчасовому перейменуванні продукції на честь тринадцяти українських регіонів, зокрема: Волинь, Слобожанщина, Поділля, Буковина, Крим тощо.

У цілому бізнес-сторінка ТОВ «Галичина» в соціальній мережі Instagram існує та публікує контент 4 роки. Бізнес-сторінка має правильно підібраний нікнейм та ім'я, завдяки яким користувачам зрозуміло, що це сторінка бренду «Галичина», фото профілю. Опис бізнес-сторінки не повністю відповідає вимогам її ведення, але має сильну соціально-комунікативну складову, також сторінка побудована, спираючись на соціальну рекламну кампанію. Бізнес-сторінка має 12 тисяч підписників, але серед них малий відсоток здійснює зворотну комунікацію під постами. Контент має індивідуальний характер, що відповідає специфіці бренду. Публікується контент регулярно.

У квітні 2022 р., коли країна вступила в другий місяць тотальної війни, Офіс Президента та Уряд розпочали міжнародну рекламну кампанію української сміливості. Її ідею розробили агентство Vanda спільно з Міністерством цифрової трансформації України.

ТМ «Молокія» вирішила також долучитись до рекламної кампанії сміливості, використавши ситуативну назву для своєї продукції, наголосивши, що сміливість – це всі українці і краща сторона бренду «Молокія». Основні прояви «сміливості» полягають у комунікації з підписниками через соціальні мережі, одною з яких є мережа Instagram, у якій розповідають про сміливість працівників, діляться лайфхаками та висвітлюють благодійність, таким чином створюють комунікацію зі споживачами та отримують зворотний зв'язок. Бізнес-сторінка ТМ «Молокія» має ім'я, яке дібрано добре. Фото профілю вказує, що це український продукт. Опис відтворює соціальну комунікативну місію. Серед інформативного та розважального контенту є рубрики з рецептами тощо. Закріплені актуальні історії мають влучний стилізований дизайн та комунікаційний зв'язок із користувачами. Стрічка має яскраву кольорову гаму, яка відтворює загальну концепцію бренду.

Висновки. Щоб вести успішну комерційну діяльність, уже замало просто пропонувати найкращий товар за найприйнятнішою ціною. Важливим є те, як бренд комунікує зі своїми споживачами, у який спосіб і через який канал комунікації. З початком повномасштабного вторгнення на територію України саме комунікація в інтернеті допомогла бізнесу у взаємодії з покупцями та окресленні своєї чіткої позиції на підтримку України та єдності українського народу.

Керівник – доц. Соловйова Ю.Є.

31. Тенденції в сфері діяльності кав'ярень (на основі кав'ярні «Моя кава»)

Каріна Безлуцька

Національний університет харчових технологій, Україна

Вступ. Ресторанне господарство є однією з галузей, що розвивається найбільш динамічно. Конкуренція серед кав'ярень стає все жорсткішою, що змушує бізнесменів шукати нові шляхи розвитку свого бізнесу.

Матеріали і методи. Проведено аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів з питань розвитку ресторанного господарства. Опитано відвідувачів кав'ярні «Моя кава» щодо їх вподобань та очікувань, а також щодо їх рівня лояльності до повторного відвідування кав'ярні. Проаналізовано технології приготування та подачі напоїв, а також вивчено різноманітність меню та їх популярність серед клієнтів.

Результати. Згідно з даними від «Pro Consulting», споживання натуральної зернової кави серед країн Європи найбільше зростає в українській кавовій індустрії. У середньому, українці споживають близько 3 кг меленої кави щороку. Приблизно половина ринку кави вживає її лише раз на місяць, майже третина – раз на 2-3 тижні. Десята частина споживачів вживає каву лише раз на 2 місяці, 9% – раз на тиждень. Тільки 2% українців споживають каву понад 1 раз на тиждень або щодня. Найбільшу частку в споживанні кави становить домашнє приготування та вживання напою, яке складає 54%. Кав'ярні займають меншу, але все ще значну частку – близько чверті, тобто 26%. Ще 16% споживання кави припадає на офіси, тоді як 4% – на інші місця [1].

Кав'ярня «Моя кава» функціонує на ринку з 2022 року у форматі "to go" (англ. to go – брати з собою). Це означає, що заклад спеціалізується на продажу напоїв та їжі, які клієнт забирає з собою. У такому форматі зазвичай зменшується зона обслуговування та збільшується фокус на якості продукції та швидкому обслуговуванні. Останні роки люди стали дуже заклопотані, тому швидкість обслуговування поступово стає основною умовою відвідування закладу.

Соціальні мережі стають все важливішим каналом для просування бренду та залучення клієнтів. Тому «Моя кава» займається розробкою сторінки в Instagram, де ділиться актуальними пропозиціями, новинами та заходами, що відбуваються в кав'ярні.

Розширення асортименту продуктів шляхом запровадження нових ідей та страв, що відповідають сучасним трендам у харчуванні та відпочинку останнім часом набирає обертів. Люди прагнуть до здорового харчування та виявляють бажання куштувати нове. Кав'ярня «Моя кава» особлива тим, що це єдине місце в смт Добровеличківка, де готують матчу і гречаний чай. До того ж технологія приготування будь-якого напою розроблена за унікальною рецептурою, що надає неповторний смак приготованому. Адаже сучасний світ кави наповнений великою кількістю напоїв, які мають схожі способи приготування, тому їх смаки майже не відрізняються.

Висновки. Впровадження нових технологій для спілкування з клієнтами, а також способів та рецептур приготування кавових та чайних напоїв допомагає кав'ярням виділятися з-поміж конкурентів та досягати лояльності споживачів.

Література.

1. Громик О. Аналіз сучасного стану кавової індустрії в Україні. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*, 2022, № 5(2). С. 250–266.

Керівник – доц. Антонова О. В.

32. SMM як метод просування Інтернет-магазину

Марія Яхній

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. SMM є дієвим методом просування бізнесу, налагодження ненав'язливої взаємодії з клієнтами, формування лояльних стосунків та збільшення продажів. Через Instagram люди знайомляться з Інтернет-магазинами та здійснюють покупки.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є активні сторінки з платформи «Instagram» та власний досвід. Використані методи узагальнення, системного підходу, індукції та дедукції.

Результати. З плином часу методи просування товарів та послуг не тільки змінюються, але і з'являються безліч унікальних та нових. Такі варіанти реклами як на телебаченні, на радіо, в газетах чи журналах поступово займають останні ряди, а на передній план вже декілька років поспіль просуваються маркетинг та реклама у соціальних мережах [2]. Найдієвішим способом просування Інтернет-магазину є залучення інфлюенсерів: це можуть бути блогери, співаки чи актори із великою та активною аудиторією. Вони, в свою чергу, рекламують певний товар із магазину, який буде цікавим цільовій аудиторії. Альтернативою інфлюенсерам є діджитал реклама – таргет [1]. Цей вид просування направлений на аудиторію, яка цікавиться певною категорією товарів, представленою у магазині. Налаштування таргету допомагає привернути увагу потенційних клієнтів через «Instagram» чи Інтернет загалом, оскільки відбувається зчитування інформації щодо пошуків, і таким чином реклама, яка з'являється під час користування соціальними мережами, може зацікавити перейти саме до вашого магазину, бо там є всі необхідні товари для споживача. Успіх значно залежить від оформлення сторінки в «Instagram». Є декілька важливих моментів, які потрібно врахувати.

1. Унікальний та цікавий контент на сторінці – сьогодні майже всі звертають увагу на вид та подачу матеріалу. Поганий контент та його неактуальне оформлення точно не додасть нових клієнтів.

2. Активне спілкування з аудиторією: не всі підписники магазину є клієнтами, тому важливо показувати коментарі від вже існуючих покупців та проводити сесію «питання\відповідь». Така сесія допоможе дізнатись побажання клієнтів і поліпшити певні моменти в магазині для збільшення кількості покупців.

3. Фірмовий стиль магазину – сьогодні велика кількість онлайн магазинів схожі один на одного, тому вкрай важливо виділитись на цьому загальному фоні, аби споживачі могли точно запам'ятати саме вас.

4. Хештеги та копірайтинг – залучення хештегів до дописів під фотографією з товаром зможе допомогти знайти вас покупцю через пошук значно легше. Також важливо зазначити, що на грамотний та зручний текст-опис сильно звертають увагу. Текст має бути коротким, але містким, мати всю необхідну інформацію про товар та відповіді на питання, які можуть виникнути у споживачів.

Висновки. Інтернет-магазини мають просувати себе в «Instagram», оскільки дана платформа багата на аудиторію, що є сприятливим для ведення бізнесу.

Література

1. Іванина Р., Клімак Ю. Таргетована реклама в соцмережах: види, формати та особливості. *Elit Blog*. 2023. URL: <http://surl.li/fodfs>
2. Каркунова К. Просування інтернет магазину. *Хорошоп Блог*. 2020. URL: <http://surl.li/focth>

Керівник – доц. Ткачук С.В.

33. Сучасні інструменти цифрового маркетингу

Володимир Пстухов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток цифровізації суттєво вплинув на розширення маркетингової діяльності підприємств, диверсифікацію комунікаційних технологій, активне застосування цифрового інструментарію в діяльності підприємств, змінивши вектор маркетингу в сторону посилення діджиталізації.

Матеріали і методи. У ході дослідження використовувались методи спостереження, аналізу, порівняння, систематизації та логічного узагальнення отриманих даних.

Результати. В сучасних умовах ті підприємства, які широко використовують різноманітні канали цифрового маркетингу, досягають конкурентних переваг, оскільки можуть взаємодіяти із цільовою аудиторією більш ефективно. Враховуючи актуальні тенденції сьогодення - COVID-19, воєнний стан в країні, розвиток дистанційної освіти і віддаленої роботи – підприємствам потрібно переорієнтуватись на інші, більш інноваційні комунікаційні можливості, зокрема і в напрямі ефективного просування продукції. Працюючи у площині, де потенційні клієнти проводять більшу частину свого часу (у мережі), можна охопити ширшу аудиторію та розширювати масштаб своїх рекламних кампаній.

Підприємства швидко оцінили переваги наявності веб-сайту – сьогодні він є невід’ємним атрибутом у діяльності прогресивних підприємств. Окрім залучення відвідувачів, важливим завданням є мотивування відвідувачів до вчинення певних дій на сайті (так звана конверсія). Значна увага при цьому приділяється пошуковій оптимізації веб-сайту, яка допомагає йому займати більш високі позиції в пошуковій видачі.

Поряд із створенням та підтримкою веб-сайту сучасні підприємства використовують величезний набір інструментів digital-маркетингу, основними з яких є: контекстна реклама; SMM (просування в соціальних мережах); SEO (пошукове просування сайтів); контент-маркетинг; E-mail маркетинг.

Ще одним трендом просування є гейміфікація як додатковий спосіб комунікації бренду зі своєю аудиторією. Сюди відносяться інтерактивні квести, мобільні ігри, віртуальні тури. Аудиторія під час гри краще знайомиться з брендом, що може привести до покупки товару або послуги. Зараз бренди можуть створювати власні додатки, в яких є спеціальні пропозиції, акції, ігри, новини, корисні функції, які підвищують імідж компанії [1].

Висновки. Отже, цифровий маркетинг є сучасним інструментом ефективного впливу на велику аудиторію, має інтегрований характер, є маркетингом майбутнього. Підприємства, які поряд із підходами традиційного маркетингу широко використовують різноманітні інструменти цифрового маркетингу, можуть взаємодіяти з цільовою аудиторією більш ефективного, пропонуючи зручні способи просування продукції та послуг, в цей же час постійно збільшуючи кількість потенційних нових клієнтів і забезпечуючи підвищення лояльності покупців.

Література

1. Зінченко Т.Ю., Держак Н.О. Цифровий маркетинг як напрямок удосконалення комунікаційних взаємодій зі споживачами. *Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.* 6(270). 2021. С. 121-126.

Керівник – професор, д.е.н. Лариса Страшинська

34. Інновації в автомобілебудуванні та їх розвиток в Україні

Віталій Бебех

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Поява електромобілів змінила автомобільну промисловість, зменшивши залежність від нафти та підвищивши екологічні стандарти.

Матеріали і методи. В процесі дослідження були використані методи аналізу та порівняння, контент-аналізу, дедукції, систематизації та логічного узагальнення.

Результати. Поява та зростання кількості електромобілів змінила автомобільну галузь, яка раніше суттєво залежала від нафтопродуктів.

Майже 80% глобального автомобільного ринку прямує до заборони бензину і переходу на електромобілі та гібриди. Однак рух цей був до недавнього часу неквапливим, якщо не сказати – повільним. У той час, як сумарний світовий автопарк досяг майже мільярда машин, за даними Bloomberg New Energy Finance (BNEF), у 2016 році було продано всього лише 695 тис. електромобілів, тобто менше 1% (0,83%). [1]

Зараз електромобілі використовують електричну енергію, яка може бути отримана з різних джерел, таких як: вітро-, сонячні електростанції та гідроелектростанції. Це дозволяє зменшити залежність від нафтопродуктів та зменшити відповідні витрати на їх транспортування та зберігання.

Крім того, електромобілі зменшують викиди шкідливих речовин CO₂ в атмосферу, що дозволяє підвищити екологічні стандарти в автомобільній промисловості та допомагає зменшити негативний вплив на здоров'я людей та довкілля.

Введення електромобілів також сприяло розвитку технологій та інфраструктури для зарядки електромобілів, що є важливим етапом для подальшого розвитку цієї галузі та підтримки росту популярності електромобілів. Зокрема, у деяких країнах уряди надають пільги та стимули для власників електромобілів, що сприяє їх популяризації та підвищує зростання попиту на них.

Зараз у Верховній Раді знаходяться законопроекти №8159 і 8160, які передбачають і пропонують різні пільги для стимулювання продажів і виробництва електротранспорту в Україні. Це, зокрема, право відносити до податкової знижки коштів, витрачених на покупку електромобіля. У тому числі і кредитні, але без відсотків, пропонується давати до 2029 року. Тимчасові (до 2029 року) звільнення від сплати акцизного збору при ввезенні електромобілів. Тимчасові (до 2029 року) звільнення від сплати ПДВ при ввезенні в Україну комплектуючих для виробництва електромобілів. Тимчасові (до 2029 року) звільнення від сплати в пенсійний фонд від 3% до 5% вартості авто при першій реєстрації електромобіля. Також пропонується, щоб платні парковки мали 5% місць, які обладнані зарядними пристроями для електромобілів [2].

Висновки. Зростання популярності електромобілів дозволило зменшити залежність від нафтопродуктів, а також зменшити викиди шкідливих речовин в атмосферу; зумовило впровадження та розвиток інфраструктури для зарядки електромобілів. Уряди деяких країн, зокрема і Україна, надають пільги та стимули для власників електромобілів, що сприяє їх популяризації та зростанню попиту.

Література

1. Автомобілі з електричним серцем. URL: <https://www.unian.ua/longrids/electric-cars/> (дата звернення: 17.03.2023).
2. Інтернет видання "Полтавщина" Електромобілі в Україні. URL: <https://blog.poltava.to/tymchenko/15635/> (дата звернення: 17.03.2023).

Керівник – професор, д.е.н. Ольга Петухова

35. Гарантійне забезпечення зниження ризиків на фондовому ринку

Юлія Перебийніс

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Важливу роль у кліринговій біржовій діяльності виконує гарантійне забезпечення, яке формує клієнт біржі для зменшення ризиків, пов'язаних із виконанням зобов'язань за контрактами, правочинами та товарними операціями.

Матеріали та методи. Основними методами та матеріалами, які допомагають розкрити сутність гарантійного забезпечення є методи порівняння, що допомагають співставити види маржі, яка використовується на ф'ючерсних біржах; методи аналізу та синтезу забезпечують узагальнення системи управління ризиками на ринках капіталу, де основна роль належить цінним паперам та іншим активам, які забезпечують виконання зобов'язань з мінімальними ризиками ліквідності.

Результати. Гарантійне забезпечення на ринках капіталу включає маржу та внески до гарантійних фондів, що складаються з коштів, цінних паперів, інших фінансових інструментів, продукції та інших активів і засобів, наданих особі, яка провадить клірингову діяльність для забезпечення виконання зобов'язань за контрактами, правочинами та операціями. На вітчизняному ринку капіталів найпоширенішими активами та інструментами гарантійного забезпечення є грошові кошти, цінні папери та інші активи, інструменти та засоби. Серед цінних паперів на фондовому ринку використовують державні облігації України, облігації міжнародних фінансових організацій і депозитні сертифікати банків, правочини з якими забезпечують виконання зобов'язань з мінімальними ринковими ризиками.

Для забезпечення виконання зобов'язань із активів учасників клірингу формують гарантійний фонд, основна мета створення якого – зниження ризиків, що виникають у зв'язку з дефолтом за деривативними контрактами, правочинами щодо фінансових інструментів, валютних цінностей та товарних операцій.

Внесення активів до гарантійного фонду здійснюється тільки на підставі договору про клірингове обслуговування, укладеного між особою, яка провадить клірингову діяльність та учасником клірингу. Активи гарантійного фонду не дозволяється використовувати для покриття витрат, які необхідні для адміністрування фонду.

Кожна особа, яка провадить клірингову діяльність формує свою систему управління ризиками та гарантій – комплекс заходів, спрямованих на зниження ризиків невиконання або несвоєчасного виконання допущених до клірингу зобов'язань. Крім механізмів системи управління ризиками визначається модель та методологія розрахунку розміру гарантійного забезпечення.

При формуванні гарантійного забезпечення здійснюють ліквідаційних нетінг щодо прав і зобов'язань клієнта, який є неплатоспроможним або ухиляється від укладення договору про подальше обслуговування.

Висновки. Гарантійне забезпечення може бути індивідуальним або колективним, про що зазначається у договорі про клірингове обслуговування. Індивідуальне гарантійне забезпечення – передбачає використання активів, наданих зареєстрованою особою (учасник клірингу і його клієнти) в розпорядження для забезпечення виконання зобов'язань лише цієї зареєстрованої особи; колективне гарантійне забезпечення передбачає використання активів для задоволення вимог як цієї зареєстрованої особи так і інших зареєстрованих осіб.

Керівник –ст.векл. Еш С.М.

36. Іміджеві складники ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат»

Зоряна Кошинська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» – один із перших, згідно з всеукраїнським рейтингом підприємств з виготовлення продукції із якісної м'ясної сировини. Завдяки багаторічному досвіду ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» постійно розвивається і на цей момент має 3 основних бренди: ТМ «М'ясна Гільдія», ТМ «Ранчо», ТМ «Gremio de la Carne» [1].

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є сайт, соціальні мережі та попередні рекламні кампанії ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат». Застосовано методи аналізу, синтезу, узагальнення, систематизації зібраного матеріалу.

Результати. ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» є одним із провідних виробників м'ясних продуктів в Україні. Підприємство має добру репутацію та позитивний імідж серед споживачів. Компанія веде відкрите спілкування зі своїми клієнтами та стежить за якістю продукції на кожному етапі виробництва. Для збільшення популярності та позиціонування на ринку ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» використовує такі інструменти:

Рекламні кампанії. Підприємство реалізує рекламні акції на телебаченні, радіо та в Інтернеті з метою привернення уваги споживачів до своїх продуктів. Реклама завжди мала успішний результат, саме завдяки правильно дібраній рекламній стратегії. Часто в рекламних повідомленнях домінують мотиви затишку, дружби, родини тощо. Певно, ці складові призвели до позитивного відгуку від споживачів.

Розвиток дистриб'юторської мережі. ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» активно співпрацює зі своїми партнерами в галузі продажу продуктів, розширюючи свою ринкову присутність, а саме в багатьох супермаркетах таких, як АТБ, Сільпо, Новус, Еко-маркет використовують брендovanі полиці, стійки з продукцією підприємства з акційними товарами.

Участь у виставках. Компанія бере участь у спеціалізованих заходах, де може представити свою продукцію та знайти нових клієнтів. На таких заходах ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» представляє нові смаки, нову продукцію своїх торгових марок, проводить безкоштовні дегустації.

Важливою складовою для підтримки комунікації зі споживачами є активне та коректне ведення соціальних мереж. Хоча підприємство має 3 основні торгові марки, але лише одна з них – «М'ясна гільдія» – має офіційні сторінки в соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм. Вона має найширший асортимент продукції та є більш впізнаваною з інших двох торгових марок ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат». Регулярне ведення соціальних мереж, якісне наповнення контенту, привабливі акції, вікторини та пропозиції дуже впливають на формування, а у випадку з цим підприємством, підтримку позитивного іміджу.

Висновки. У цілому імідж ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» заснований на якості, інноваціях та відповідальності, що робить компанію надійним партнером для споживачів та партнерів на ринку. Вдалі рекламні кампанії також вплинули на позитивне враження у споживачів.

Література

1. Офіційний сайт ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат URL: <https://zhmk.com.ua/> (дата звернення 17.03.2022).

Керівник – доц. Соловйова Ю.Є.

37. Виведення нового продукту на ринок України на прикладі ТОВ «ІТІС КАФЕ»

Таїсія Курдун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сегментація та потреби потенційних споживачів часто змінюються, отже, щоб бути актуальним на ринку потрібно вміти аналізувати можливі запити різних груп реципієнтів. Для виведення нового продукту на ринок треба якісно опрацювати весь інструментарій, не забуваючи про рекламу.

Матеріали і методи. Під час написання наукової розвідки використовувались такі загальнонаукові методи дослідження, як аналіз, синтез, узагальнення, систематизація зібраного матеріалу.

Результати. ТОВ «ІТІС КАФЕ» спеціалізується на японських закусках та напоях. В основному це десерти мочі з інноваційним крем-морозивом. Виведення на український ринок принципово нових товарів це тривалий і важкий процес, і команда ТОВ «ІТІС КАФЕ», яка працює з 2010 р., пройшла всі етапи для якісного впровадження продукту. Основні з них:

Проведення дослідження ринку. У 2010 р. на ринку України не було схожих товарів, тому компанія вирішила ризикнути і відкрила торгову точку у місті Одесі. Станом на 2023 р. компанія має 6 бутік-кафе у Одесі та 6 у Києві.

Побудова потужної дистриб'юторської мережі. Усі десерти та закуски є імпортом із Японії. Рецепт цього товару є засекреченою інформацією.

Розробка сильної маркетингової стратегії. Надійна маркетингова стратегія має вирішальне значення для підвищення обізнаності та формування попиту на новий продукт. Рекламна комунікація ТОВ «ІТІС КАФЕ» включає в себе рекламу у соціальних мережах, аудіо-оголошення та плакати у торговельних центрах, також розсилку на пошту постійним клієнтам. Важливим є те, що у компанії є якісний сайт [1], де можна ознайомитися із потрібною інформацією про торгові точки та продукцію закладу. Також обов'язковими для розробки іміджу закладу є елементи внутрішнього наповнення в точках продажу. Стиль ТОВ «ІТІС КАФЕ» є впізнаваним, однаковим у всіх торгових точках. Стіни бутік-кафе складаються з вітражних плит чорного кольору, на яких зображені квіти. Основні корпоративні кольори, які використовуються, це чорний, білий, сірий та зелений.

Більшість рекламних кампаній зосереджені на соціальній мережі «Instagram». В основному, вони є лаконічними та відповідають кольоровій гамі рекламованих товарів. Також SMM-спеціалісти активно використовують «Instagram stories», за допомогою яких викладають актуальне меню, інформують про сезонні новинки та публікують відгуки відвідувачів.

Висновки. Масштабних рекламних кампаній ТОВ «ІТІС КАФЕ» ще не реалізовувало. Їхня наявність не є обов'язковою, оскільки мережа бутік-кафе не є достатньо широкою для таких дій. Хоча рекламні матеріали закладу є ідеальними з технічної сторони, вони не є достатньо поширеними для залучення нових споживачів. До цього моменту вони залишаються локальними і знаходять відгук тільки у постійних клієнтів.

Література

1.Офіційний сайт ТОВ «ІТІС КАФЕ» URL: <https://www.itis.cafe/> (дата звернення 11.03.2022).

Керівник – доц. Соловйова Ю. Є.

38. Рекламна діяльність підприємства філія ТДВ “Яготинський маслозавод” “Яготинське для дітей”

Вадим Трохименко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Рекламні кампанії в умовах ринку є необхідними для конкурентоспроможності підприємств харчової галузі. Вони створюють, оновлюють або підтримують імідж торгової марки, а також стимулюють продажі товарів бренду.

Матеріали і методи. Аналіз доцільності використаних каналів рекламних комунікацій підприємства “Яготинське для дітей”, а саме оцінка їхньої актуальності, формату розміщення реклами, що дозволить об’єктивно оцінити рекламні кампанії торгової марки. Основу аналізу становлять найбільш поширені рекламні матеріали бренду.

Результати. Існує три рекламні ролики бренду “Яготинське для дітей”: 2013 р. (бренд почав виходити на український ринок), 2017 р. (закріплення на ринку), 2019 р. (широко відома в країні торгова марка).

Відеоролики відображають імідж підприємства як дитячий, грайливий завдяки використаним образам: мультиплікації, дитячим голосам, яскравості сюжету, сформульованим рекламним текстом тощо.

Відеореклама є основним методом просування підприємства “Яготинське для дітей” у каналах засобів масової інформації. Виходячи із цього, підприємство має два логічні канали комунікацій із реципієнтами – просування через соціальні мережі або шляхом показу на телебаченні.

Зважаючи на цільову аудиторію, батьків та їхніх дітей, абсолютно логічним кроком від бренду під час проведених рекламних кампаній було використання телебачення як основного каналу просування відеороликів.

Щодо соціальних мереж – ситуація інша. Помітно, що вони не є базовим інструментом просування. Наприклад, на сторінці торгової марки в Instagram формат відео становить меншу частку контенту. Найбільш поширеними є використання фотографій з демонстрацією товарів бренду в різних рекламних сюжетах.

Телебачення допомогло “Яготинському для дітей” стати успішним в Україні брендом, одним із найвідоміших у сегменті дитячого молочного харчування, та збільшити обсяги продажів.

Основним періодом транслявання рекламного повідомлення на телебаченні були 2013-2019 роки.

У подальші роки та у 2023 р. підприємство “Яготинське для дітей” не вело активних рекламних кампаній, як в минулому десятилітті. Це свідчить про популярність бренду, що є результатом минулих успішних рекламних кампаній.

Висновки. “Яготинське для дітей” використовує формат відеореклами для успішної репрезентації торгової марки реципієнтам. Основний канал ЗМІ – телебачення.

Література

1. Офіційний сайт торгової марки “Яготинське для дітей”. URL: <https://yagotynkids.com.ua/ua/> (дата звернення: 19.03.2022).

2. Офіційна інстаграм-сторінка торгової марки “Яготинське для дітей”. URL: <https://www.instagram.com/yagotynkids/> (дата звернення: 19.03.2022).

Керівник – доц.. Соловійова Ю.Є.

39. Маркетинг в соціальних мережах

Наталія Гулак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогоднішня ситуація в Україні дала поштовх для розвитку віддалених спеціальностей та перенесення бізнесу в онлайн середовище. Маркетинг в соціальних мережах забезпечує розвиток підприємств та власних брендів.

Матеріали та методи. В основі даного дослідження використані загальнонаукові методи, а саме методи аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати та обговорення. Соціальні мережі вдосконалили інструменти маркетингу та зробили його більш ефективним. Social Media Marketing (SMM) просування - це канал просування за допомогою якого можна досить швидко досягти позитивних результатів. Розглянемо завдання, які здатні вирішувати SMM:

1. Створення результативного каналу продажу. Дане завдання можливо вирішити за допомогою декількох форм - передача клієнта на сайт (тобто потенційний покупець заходить на соціальну сторінку, отримує потрібну йому інформацію і переходить на сайт відповідно для здійснення покупки. У такому випадку онлайн спільнота "веде" споживача прямою дорогою до здійснення бажаної покупки) та самостійна платформа для продажів (клієнт ознайомлюється з продуктом, дзвонить чи пише менеджеру і замовляє продукт, не виходячи з соціальної сторінки).

2. Збільшення трафіку. Соціальні мережі при правильному підході дають великий відсоток трафіку.

3. Нейтралізація негативу відбувається з урахуванням його видів, таких як:

- справжнє незадоволення, виражене живими клієнтами (саме до даного виду негативу слід ставитися з уважністю);
- троллінг (головним завданням є виведення з поля зору негативний вігук для всіх користувачів);
- атака конкурентів (слід вміти відрізнити всі три види негативу щоб знати які робити подальші дії).

4. Вивчення своєї цільової аудиторії. Вивчення аудиторії можна проводити за допомогою спостережень, соціальних опитувань, спілкування у тематичних групах, аналітики в соціальних мережах);

5. Побудова каналів інформаційної підтримки для клієнтів. Для постійних клієнтів важливо отримувати цікаву інформацію про улюблене місце відвідування або ж покупки, тому важливим є завжди бути на зв'язку з покупцями.

Висновки. Таким чином, можна сказати, що маркетинг у соціальних мережах є ефективним саме з поглинанням в сферу SMM. Даний канал просування підійде для всіх видів бізнесу та забезпечить збільшення впізнаваності та прибутку на різних етапах розвитку підприємства.

Література

1. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Наукова стаття. URL: <https://inlnk.ru/AKP26E> (дата звернення: 16.03.2023)

Керівник – ст. викл. Ірина Ніколаєнко

40. Формування індивідуального іміджу

Владислава Нізовських

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування індивідуального іміджу – це процес, що включає в себе визначення особистих якостей та характеристик, які можуть бути використані для створення позитивного враження про себе в інших людей.

Матеріали і методи. У ході дослідження використовувались методи спостереження, аналізу, порівняння, систематизації та логічного узагальнення.

Результати. Успішне формування індивідуального іміджу дозволяє підвищити рівень самооцінки та впевненості у собі, покращити якість міжособистісних відносин, створити позитивне враження про себе в інших людей та отримати більше можливостей у різних сферах життя, таких як кар'єра, освіта, особисте життя.

Основними складовими успішного формування індивідуального іміджу є:

1. Розвиток особистісних якостей: впевненість у собі, емпатія, чуйність, лідерство, вміння працювати в команді, креативність, науковий потенціал.
2. Зовнішній вигляд: дотримання правил дрес-коду, доглянутість, стиль, відповідність обраному типу фігури, дотримання правил дієти.
3. Комунікативні навички: вміння вести бесіду, слухати, ділитися своїми думками, вміння виявляти повагу до інших людей.
4. Етикет та протокол поведінки: знання правил поведінки в різних ситуаціях, знання етикету на роботі, під час прийому гостей, в елітарних закладах, знання правил ділового етикету.

У процесі формування індивідуального іміджу можна використовувати різні методи, такі як аналіз своїх сильних і слабких сторін, розвиток особистісних якостей, покращення зовнішнього вигляду, розвиток комунікативних навичок, вивчення етикету та протоколу поведінки у різних ситуаціях.

Для формування індивідуального іміджу можна використовувати різні підходи, зокрема: аналіз стилю та гардеробу; підбір кольорів, які найбільш підходять конкретній людині; оцінка манер поведінки та мовлення; робота з поставою та емоційним станом; розвиток комунікативних навичок; робота з особистісним розвитком та розвитком талантів тощо.

Крім того, до іміджу належить середовище існування особи, але не в біологічному сенсі, а у розумінні середовища існування, яке особа змогла дозволити собі мати. Йдеться про матеріальне середовище, про те, чим людина змогла себе оточити в матеріальному плані: квартира, автомобіль, нерухомість. Навіть розмір письмового стола, незалежно від рівня кар'єрних досягнень особи, вказує на її статус, те місце, яке вона посідає [1].

Висновки. Формування індивідуального іміджу є важливим для кожної людини. Розвиток особистісних якостей, комунікативних навичок, покращення зовнішнього вигляду, вивчення етикету допомагає створити позитивне враження про себе, підвищити рівень самооцінки та впевненості у собі та отримати більше можливостей у різних сферах життя. Результатом успішного формування індивідуального іміджу є покращення якості міжособистісних відносин та отримання нових можливостей для розвитку та досягнення мети.

Література

1. Дюжева К.В. Формування іміджу в системі соціальних комунікацій. *Соціум. Документ. Комунікація*. Серія «Історичні науки». 2018. Вип. 5. С. 192-201.
Керівник – професор, д.е.н. Ольга Петухова

41. Емоційні мотиви в рекламі

Єлизавета Забродська

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. Пошук творчої ідеї рекламного звернення пов'язаний з такими мотивами, на які робиться наголос у рекламі даного товару. Серед основних видів мотивів–емоційні, що найбільш спонукають до купівлі рекламованого товару через прагнення споживача отримати позитивні *емоції від придбання товару*.

Матеріали і методи. З метою реалізації даного дослідження були використані загально наукові методи дослідження: аналізу, порівняння та узагальнення.

Результати. Згідно з визначенням «Великого тлумачного словника сучасної української мови», «мотив — це підстава, привід для певної дії, вчинку; причина» [1]. Отже, мотивом у рекламному повідомленні є підсвідомий заклик до купівлі товару або ж до використання певної послуги. Виокремлюють 3 основні види мотивів: раціональні – це вигоди, що отримує споживач; емоційні – це настрої та почуття; моральні/соціальні –це апеляція до почуття справедливості і порядності. На практиці в рекламному зверненні часто використовуються комбінація мотивів.

При розробці рекламного звернення великої ролі набувають емоційні мотиви, що «відіграють» на нерациональних відчуттях потенційних споживачів. Ці мотиви викликають почуття та емоції, які сприяють покупці без ретельного обмірковування.

Існує велика кількість видів емоційних мотивів у рекламі. Розглянемо деякі з них. Мотив свободи – відображає прагнення людини бути незалежною від інших особистостей чи обставин. Найчастіше їх використовують у своїй рекламі туристичні агентства, які організовують різні турне і наголошують в рекламі на прагнення свободи. Мотив любові – природне бажання багатьох людей зробити максимум приємного для своїх рідних і коханих. Зазвичай використовується у рекламі подарунків, дитячих засобів та всіх рекламних кампаніях, де зображають образ сім'ї та затишку. Мотив іміджу – базується на бажанні людини знаходити визнання в соціумі та мати гідний соціальний статус. Використовується при рекламі дорогих, статусних товарів. Мотив радості і гумору–використовується для формування позитивного настрою, який буде асоціюватися з рекламованим продуктом. Мотив відкриття–використовує природню схильність людини до цікавості пізнання нового. Типовими фразами для таких мотивів є: "відкрийте для себе ...", "розкрийте таємничу формулу смаку" тощо. Мотив гордості та патріотизму–набув надзвичайно високої популярності та впливу після повномасштабного вторгнення росії.

Емоційні мотиви відіграють значну роль у досягненні головної цілі рекламних кампаній – спонукати покупців здійснити купівлю, оскільки перше, що впливає на людину під час будь-якого вибору – це її емоції. Саме це є причиною здійснення і спонтанних покупок. Таким чином можна зазначити, що використання емоційних мотивів є доцільним у рекламі більшості товарів, а комбінація емоційного мотиву з раціональним або моральним, гарантують сильніший вплив на цільову аудиторію при прийнятті рішення щодо купівлі товару.

Висновки. Отже, емоційні мотиви є важливим атрибутом реклами, що підштовхує споживача до більш легкої та приємної купівлі.

Література:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В.Т. Бусел, М.Д. Василюк-Дерibas, О.В. Дмитрієв. — К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. — 1728 с.

Керівник – доц. Данкеєва О.М.

42. Рекламна діяльність ПП «Ласунка»: аналіз та перспективи

Ольга Хажанець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасних ринкових умовах, пов'язаних зі зростаючою конкуренцією, важливу роль відіграє рекламна комунікація як засіб забезпечення споживачів інформацією про товари, а виробників – прибутком.

Матеріали і методи. У процесі дослідження були використані наукові матеріали вітчизняних та зарубіжних вчених з рекламної діяльності, інформація з офіційного сайту ПП «Ласунка». Основними методами, які застосовувалися, були методи контент-аналізу, порівняння, систематизації та логічного узагальнення.

Результати. При проведенні аналізу рекламної діяльності компанії було виявлено, що використання соціальних мереж та контекстної реклами на інтернет-платформах мають високий потенціал для залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Крім того, традиційна реклама у засобах масової інформації також може бути ефективним інструментом для просування бренду.

У цілому рекламна діяльність ПП «Ласунка» є успішною та дозволяє компанії зберігати та зміцнювати свої позиції на ринку солодощів. Проте, для досягнення більшого успіху та розвитку необхідно продовжувати вдосконалювати свою рекламну стратегію, використовувати нові методи та технології, спілкуватися зі своєю аудиторією та бути відкритою до нових можливостей та ідей. Дослідження свідчать, що споживачі уважно стежать за якістю продуктів, тому важливо для ПП «Ласунка» підтримувати високий рівень якості своїх продуктів та сервісу. За даними Euromonitor International, у 2020 році ПП «Ласунка» була лідером у сегменті молочних продуктів для дітей в Україні з часткою ринку в 32,5% [1].

Рекламна діяльність ПП «Ласунка» є успішною та ефективною, зосередженою на потребах та бажаннях цільової аудиторії та підтримці високого рівня якості продуктів та сервісу. Компанія успішно займається не лише просуванням своїх продуктів, але і допомагає вирішувати соціальні проблеми. Наприклад, у межах свого проекту «Добра справа» компанія проводить благодійні акції для допомоги дітям та потребуючим громадянам. Такі ініціативи не тільки допомагають ПП «Ласунка» підтримувати свою репутацію та залучати нових клієнтів, але й сприяють вирішенню соціальних проблем в Україні.

Для подальшого розвитку своєї рекламної діяльності, ПП «Ласунка» може розглядати використання нових технологій та інновацій, таких як віртуальна реальність, а також розширені та змішані реальності. До того компанія може продовжувати активну співпрацю зі знаменитостями та інфлюенсерами, які мають значний вплив на своїх прихильників.

Висновки. Отже, рекламна діяльність ПП «Ласунка» має успішний досвід та перспективи для подальшого розвитку. Компанія повинна продовжувати вдосконалювати свою рекламну стратегію, використовувати нові інструменти та технології, бути відкритою до нових ідей та можливостей, а також підтримувати високий рівень якості своїх продуктів та сервісу.

Література

1. Дослідження ринку харчових продуктів в Україні від Euromonitor International. URL: <https://www.euromonitor.com/> (дата звернення 19.03.2023)

Керівник – доц. Соловійова Ю.Є.

43. Розроблення рекламної компанії для ТОВ "Пузата Хата"

Крістіна Каграманова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для успішної рекламної компанії для ТОВ "Пузата Хата" найважливішим завданням є розробити унікальну пропозицію продажу. Це дозволить залучити нових клієнтів, збільшити продажі та підвищити увагу до бренду.

Матеріали і методи. Використано методи дослідження особливостей бренду та його конкурентів на ринку швидкого харчування, SWOT-аналіз, визначення цільової аудиторії та формування стратегії просування бренду. Матеріалами послужили фото- та відеоматеріали, які були розміщені на сайті компанії, соціальних мережах та на рекламних щитах, онлайн-ресурси для збору відгуків та рейтингів клієнтів, а також інструменти аналізу рекламних кампаній.

Результати. ТОВ «Пузата Хата» обслуговує широку цільову аудиторію, включаючи студентів, працівників, бізнесменів, сім'ї з дітьми та ін. Продукція компанії користується високим попитом у містах з великою кількістю студентів та в центральних районах міста. На сьогодні ТОВ "Пузата Хата" використовує різноманітні канали для просування, зокрема, телереклама – рекламні ролики на телебаченні, які показують продукти та пропонують знижки або акції; рекламу в соціальних мережах – публікації зі зображеннями та описами страв, які додаються на офіційні сторінки; зовнішню рекламу – рекламні щити та білборди з оголошеннями про наявність "Пузатої Хати" у певному районі; інтернет-рекламу – рекламні банери на веб-сайтах та контекстну рекламу в пошукових системах.

Недоліки рекламної діяльності підприємства: недостатня сфокусованість на цільову аудиторію; рекламні ролики на телебаченні показуються без конкретного таргетингу, тому є нецікавими для більшості глядачів; відсутність яскравих рекламних матеріалів, які не завжди відрізняються оригінальністю та креативністю; недостатня інтерактивність; повторюваність і шаблонний контент, який компанія розміщує на своїх сторінках у соціальних мережах; недостатньої уваги приділяється також зв'язку з клієнтами.

Для просування компанії "Пузата Хата" в соціальних мережах рекомендується створювати якісний та цікавий контент, який буде відповідати інтересам цільової аудиторії. Варто зосередитися на більш оригінальних та цікавих пропозиціях. Для цього можна використовувати різні формати контенту, такі як відео, фото, аудіо, статті, опитування тощо. Наприклад, зняти відео з кулінарними рецептами, короткі відеоролики про життя "Пузата Хати" та приготування страв, інтерв'ю з працівниками з використанням гумору та іронії. Збільшення кількості відгуків та рейтингу на соціальних мережах, що дозволить підвищити довіру до бренду та його продуктів. Доцільно проводити конкурси та розіграші серед підписників у соціальних мережах, пропонувати нові страви за спеціальними цінами або розробляти унікальні пропозиції для клієнтів, які вже були у "Пузатій Хаті". Це допоможе підвищити лояльність до бренду та підкреслити його унікальні риси.

Висновки. Продумана і структурована рекламна кампанія може допомогти позиціонувати заклади "Пузата Хата" як лідера на ринку серед конкурентів, але для успіху потрібно забезпечити якісну роботу компанії в усіх інших аспектах, включаючи якість продуктів та обслуговування.

Керівник – доц. Антонова О. В.

44. Зміна дизайну упаковки ТМ «Диканька» ТОВ «Укролія»

Анастасія Прока

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. ТОВ «Укролія» – постачальник олії та іншої продукції на харчовий ринок України та інших країн світу. З огляду на те, що цей товар не унікальний, компанія має турбуватися про впізнаваність бренду, що насамперед реалізується через дизайн упаковки.

Матеріали та методи. Дослідження базувалося на матеріалах сайту ТОВ «Укролія». Під час роботи використані методи аналізу, синтезу та узагальнення отриманих даних.

Результати. Фірмовий стиль демонструє індивідуальність бренду, приналежність до сфери діяльності компанії та ключові елементи іміджу. А також дає змогу закріпити за собою певну думку про компанію, що позитивно впливає на подальший розвиток бренду. З огляду на те, що ТОВ «Укролія» має три торгові марки для трьох основних цільових ніш у сегменті «споживачі олії», кожна з них має різне пакування і різне стилізоване оформлення. Зокрема, професійна кулінарна олія (ТМ EFFO) представлена в мінімалістичному стилі із використанням трьох кольорів – оранжевого, чорного й білого. Преміальна соняшникова олія (ТМ Garna Organica) представлена у пляшці в темному склі з чорною етикеткою з логотипом та кольорами шрифтів, які відповідають різним сортам олії. Третя торгова марка представлена бюджетною нерафінованою/рафінованою дезодорованою олією (ТМ «Диканька») запакована в пластикovu пляшку з етикеткою із зображеннями стилізованих соняшників та назвою торгової марки. Отже, ТОВ «Укролія» має три основні цільові ніші: ресторани, кафе та інші харчові заклади; клієнти з високими доходами; споживачі із середнім або низькими доходами.

Компанія ухвалила рішення збільшити впізнаваність ТМ «Диканька» з метою залучення клієнтів з третьої цільової ніші. Для досягнення цієї мети необхідно було здійснити ребрендинг. Брендінгова агенція «Рішення для брендів GBS», що працювала над оновленням, почала з аналізу бренду та залучення фокус-груп, визначаючи асоціації з продуктом, які образи є вдалимими, а які ні. «Результати показали, що елементи українського села та соняшника асоціюються у споживачів із натуральністю, екологічністю та безпекою, викликають довіру до продукту та бажання придбати його» [1]. Таким чином було прийнято рішення залишити на етикетці соняшники, але зробити їх не стилізованими, а наближеними до натуральних. Ілюстрація була доповнена традиційними українськими хатами, що має вказувати на походження зерна, з якого виробляється олія. Для закріплення результату та створення нового позиціонування, агенцією було прийнято рішення реалізувати PR-кампанію. Її суть полягала у тому, щоб прив'язати продукт до теми збалансованого та натурального харчування, що вже було реалізовано у змінній етикетці. Крім цього, наголошувалося на користі продукту та його складу, у який входить Омега-3 та Омега-6, що позитивно впливає на організм. У результаті кампанії покращилася обізнаність споживачів та підвищилися продажі товару.

Висновки. Отже, зміна пакування та коригування позиціонування товару на ринку покращують його впізнаваність та підвищують рівень продажів.

Література

1. Соняшникова олія ТМ «Диканька» «Укролія»: комплексний ребрендинг URL: <https://gbs.com.ua/ua/projects/dikanka/> (дата звернення 17.03.23).

Керівник – доц. Федотова Н.М.

45. Фірмовий стиль компанії «Домінос Піцца Юкрейн»

Олександра Пушенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Історія міжнародної компанії «Domino's Pizza» бере свій початок з 1960 року. Двоє братів Монаганів відкрили перший заклад у місті Іпсіланті (США). За трохи більше аніж 30 років, заклади «Domino's Pizza» відкриті у 85 країнах світу. З 2010 року компанія починає працювати й в Україні.

Матеріали і методи. Дослідження ґрунтується на матеріалах сайту компанії. Використано описовий метод, а також прийом аналізу й синтезу.

Результати. З плином часу компанії вносять зміни у фірмовий стиль, оновлюють слоган, змінюють внутрішню політику. Проте, попри багаторічну історію, основні атрибути «Domino's Pizza» не зазнали кардинальних змін. Фірмовий стиль закладів - це набір елементів, що складається з логотипу, кольорів, шрифтів та інших графічних елементів, які використовуються для ідентифікації та реклами бренду. Основні елементи фірмового стилю «Domino's Pizza»:

1. Логотип. Версія логотипу з двома квадратами з білими крапками виникла як спроба бренду «Domino's Pizza» привернути увагу до свого логотипу та підвищити впізнаваність серед конкурентів. Логотип від початку свого існування зазнав кілька змін, однак постійно відтворював два квадрати – кісточку доміно, яка б вказувала на назву, а також таку, що, за задумом авторів, символізує коробку піци, з білими крапками, які нагадують сир. Три крапки також вказують на три початкові заклади, відкриті братами-засновниками у США. До складу логотипу входить і слово «Domino's». Оскільки заклади продають не лише піцу, у 2012 році компанія відмовилася від слова «Pizza». Логотип є яскравим та таким, що запам'ятовується. Саме він допомагає бренду «Domino's Pizza» збільшити свою впізнаваність та конкурентну перевагу на ринку швидкої їжі.

2. Кольорова гама. Основними кольорами «Domino's Pizza» є червоний, білий та синій. Червоний колір використовується як основний, що символізує енергію, а також асоціюється із кольором піци. Синій – цілісність компанії. Білий колір – колір чистоти, використовується для підсилення контрасту. Поєднання цих кольорів також нагадує про країну походження бренду – США.

3. Шрифти. Для текстового елементу логотипу, а також інших текстів, використовуються шрифти Futura. Шрифти є частиною фірмового стилю. Однаковий шрифт використовуються в усіх матеріалах компанії.

Фірмовий стиль застосовується в оформленні вивісок і внутрішнього інтер'єру закладів харчування, брендунні автомобілів та велосипедів доставки, одягу й аксесуарів кур'єрів, а також для упаковки піци. Кісточка доміно – логотип бренду – є впізнаваним символом, який прямо вказує на бренд, разом із назвою присутній на всіх матеріалах компанії.

Висновки. Отже, незважаючи на багаторічну історію компанії, зміни в керівництві, розробку різних стратегій просування продукту, – фірмовий стиль залишається майже незмінним. Для міжнародної компанії, продукція якої представлена в багатьох країнах світу, – це запорука успіху.

Література.

1. ЛОГОТИП DOMINOS: значення, шрифт, історія та чому вони змінили свій логотип. URL: <https://businessyield.com/uk/brand-stories/dominos-logo/>

Керівник – доц. Федотова Н.М.

46. Розроблення зовнішньої реклами ТМ «Солодкий настрій» (Татарбунарський хлібозавод)

Марія Мітакі

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Якісна реклама підвищує впізнаваність виробника та його продукції, також рівень продажів. Тому для просування ТМ «Солодкий настрій» було розроблено рекламну кампанію, яка включає, зокрема зовнішню рекламу.

Матеріали і методи. У ході дослідження було використано описовий метод, а також аналіз, порівняння й узагальнення.

Результати. Зовнішня реклама для виробника хліба – одна із ключових точок контакту зі споживачем. Це пояснюється тим, що хліб – є необхідним продуктом щоденного вжитку, а отже, рішення про його покупку приймається споживачем без довгого обдумування й часто спонтанно. Оскільки виробників хліба багато, то обов'язковим елементом зовнішньої реклами продукту має бути назва компанії «Солодкий настрій» та її логотип (на білому фоні дві великі літери золотистого кольору СН з хвилеподібними лініями). Як і будь-яка реклама харчових продуктів, реклама хліба повинна містити зображення продукту. Було вирішено, що краще розмістити на білбордах фото хліба темно-коричневого відтінку, пишного та пористого, який приверне увагу своїм апетитним виглядом. Композицію доповнить слоган «З'їж скоринку – злови щастинку!». Авторський неологізм «щастинка» у слогані легко інтерпретується, оскільки має прозору мотивацію утворення від словосполучення «частинка щастя». Білборди заплановано розміщувати в місцях великого скупчення людей, оскільки цільова аудиторія – це будь-який мешканець, який споживає хлібобулочні вироби.

Щоб підвищити впізнаваність торгової марки, варто вдосконалити й оформлення вітрин фірмових магазинів. Компанія вже має фірмовий стиль – логотип, фірмові кольори (білий, золотистий та елементи червоного кольорів). Такі кольори є на упаковці товару, отже, не варто їх змінювати. Для рекламної кампанії до наявних елементів оформлення було вирішено додати новий слоган «З'їж скоринку – злови щастинку!», який може стати в подальшому не лише слоганом рекламної кампанії, а й гаслом торгової марки. Обов'язковим в оформленні вітрин магазину стане логотип. У дизайні вітрин варто також зробити акцент на візуальній привабливості продукції – слід змінити фото на більш якісні – пухкого та апетитного хліба, що зможе привернути увагу споживачів.

Зміна зовнішнього оформлення магазинів має зацікавити споживачів, а слоган – викликати емоції. Естетичні фото хлібобулочних виробів у дизайні вітрин магазинів покликані спровокувати споживачів до спонтанних покупок. Яскраві жовтий та червоний фірмові кольори компанії є помітними у відкритому просторі вулиці, а також виділяють магазини серед інших закладів.

Усі елементи, використовані в оформленні магазинів та білбордів, перегукуються із іншими матеріалами рекламної кампанії – друкованою рекламою та рекламою у мережі інтернет. Це додасть рекламній кампанії цілісності, підвищить впізнаваність на ринку продукції щоденного споживання.

Висновки. Отже, для просування ТМ «Солодкий настрій» планується зробити акцент на візуальних елементах оформлення зовнішньої реклами – фото апетитного хліба, логотип. Також запропоновано емоційний слоган, який привабить споживачів неологізмом, який адекватно й однозначно інтерпретується споживачами.

Керівник – доц. Федотова Н.М.

47. Імідж ТМ «Yofi» – «Goodfoods Company»

Лія Онищенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. ТМ «Yofi» - GoodFoods Company – це, заснована у 2010 році, українська компанія, яка спеціалізується на виробництві хумусів. Компанія створює унікальну атмосферу та сприяє формуванню позитивного сприйняття від своєї продукції.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження послужили рекламні кампанії ТМ «Yofi» – GoodFoods Company в їхніх офіційних соціальних мережах та на сайті. Застосовано методи аналізу, синтезу, узагальнення, систематизації зібраного матеріалу.

Результати. ТМ «Yofi» відрізняється від інших продуктів на ринку яскравим та стильним дизайном пакування, яке привертає увагу молоді аудиторії, транслює здоровий спосіб життя, ділиться з українським ринком традиціями східної кухні та надбаннями кулінарії різних народів світу. На сайті та в соціальних мережах використовуються фотографії відповідної атмосфери, що сприяє формуванню іміджу сучасної марки, яка піклується про якість і природність.

На сторінці в Instagram компанії публікуються фотографії та відео з продукцією, рецепти приготування різноманітних страв та інтерактиви для підписників [1]. Споживачі залишають позитивні відгуки про смак та якість хумусів «Yofi», а також про стильний дизайн та атмосферу, яку створює компанія.

В асортименті ТМ «Yofi» представлені хумуси, які мають кошерні сертифікати - продукція пройшла всі етапи перевірки сировини на відповідність правилам, передбаченими законами іудаїзму. Обов'язковою умовою для кошерного товару є узгоджений дизайн етикетки, на яку наноситься знак кашруту організації-сертифікатора. Підприємство дотримується заборони на акції для кошерної продукції та іншої, подібної до кошерної – для того, щоб уникнути плутанини покупців.

Різноманітність смаків також є особливістю іміджевої складової ТМ «Yofi». Торгова марка нараховує 12 позицій продукції, серед яких є 9 різних смаків хумусу, даал – індійська закуска із сочевиці, бабагануш – закуска з баклажанів-гриль, смажений фалафель – це найбільший вибір продукції серед брендів-конкурентів.

GoodFoods Company активно пропагує етичні та екологічні цінності, що робить продукти привабливими для свідомих споживачів. На сайті та в соціальних мережах компанія активно висвітлює свої проекти з вирощування органічних продуктів та збирання відходів – що також можна вважати трендом останніх років.

ТМ «Yofi» забезпечує цілісність бренду на всіх рівнях, від дизайну упаковки до змісту соціальних мереж. Це дозволяє побудувати довіру покупців та створити сильний бренд. Крім того, компанія GoodFoods проводить активну роботу зі створенням комунікації зі споживачами, наприклад, за допомогою організації розіграшів, конкурсів та акцій. Це також сприяє формуванню позитивного іміджу та збільшенню популярності.

Висновки. Отже, ТМ «Yofi» – GoodFoods Company вдало використовує свої платформи для створення активної позиції для споживачів, які знають, що важливо для їхнього тіла та душі. Компанія прагне підтримувати свою аудиторію у здоровому способі життя, надаючи їм можливість насолоджуватись смачною та корисною їжею.

Література.

1. Yofi_ua. URL: https://instagram.com/yofi_ua?igshid=YmMyMTA2M2Y= (дата звернення: 15.03.2023).

Керівник – доц. Федотова Н.М.

48. Роль соцмереж у формуванні іміджу компанії-виробника безалкогольних напоїв «Eat easy»

Єлизавета Рєзник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У нинішній час соцмережі стали тим інструментом комунікації, який дозволяє компанії повідомити про себе споживачеві будь-де. З огляду на це ми здійснили аналіз використання соцмереж компанією «Eat easy», виробником безалкогольних ферментованих напоїв «комбуча».

Матеріали і методи. Під час дослідження були використані загальнонаукові методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація зібраного матеріалу.

Результати. Імідж компанії можна визначити як уявлення користувачів про неї. Це сприйняття ґрунтується на особистому судженні, яке користувач формує щодо підприємства, враховуючи комунікаційні системи, які вона використовує та підтримує, щоб зробити її послуги, її продукти, а також її досвід обслуговування помітними для споживачів. У цьому контексті кожному підприємству важливо контролювати свою «веб-репутацію». Це відбувається шляхом постійного моніторингу та збору даних про те, що користувачі повідомляють про бізнес, щоб мати можливість втручатися задля покращення або збереження отриманих результатів.

Соціальні мережі компанії «Eat easy» стали невід'ємною частиною клієнтського досвіду, тому що вони використовуються як для надання послуг клієнтам (інформація про відстеження онлайн-замовлень), так і для збору їхніх коментарів і повідомлень. Дописи на сторінці в Instagram викладаються часто – раз на два-три дні. Характер дописів – представлення продуктів компанії з лаконічними текстами під фото. Інколи компанія надає фото з виробництва напою «комбуча», щоб споживачі мали змогу ознайомитися з усіма етапами виготовлення ферментованої продукції. На усі коментарі та запитання миттєво відповідає менеджер з комунікацій зі споживачами. Крім цього, бренд проводить конкурси в колаборації з іншими компаніями, що дозволяє обмінюватися аудиторією у соцмережах між торговими марками. Соціальні мережі використовуються компанією і для інформування споживачів про нову продукцію в лінійці ферментованих напоїв. ТМ «Eat easy» використовує новий інструмент комунікацій – розважальні відео Reels, які завдяки своїй вірусній природі дають змогу виходити на нові перспективи, рекламувати бренд та його продукцію та збільшувати кількість покупців. Окрім відео такого характеру, на сторінці присутні відео Reels з естетичними гіф-анімаціями продукції та інструкціями, як краще споживати продукт. У публікацій на сторінці немає певної схеми виставлення постів, але є зручні закріплені сторіз із локаціями, де можна придбати продукцію. У цих же «актуальних» є папка «споживачі», що дає змогу людям, які купили продукт, відмітили бренд у сторіз і це фото залишиться на сторінці бренду.

Висновки. Отже, інтернет-мережі – це дієвий інструмент для спілкування компанії зі своїми клієнтами. Сторінка в Instagram дає змогу клієнтам вільно не тільки дізнаватися про продукт, а й отримувати зворотний зв'язок від співробітників компанії. Використання соцмереж ТМ «Eat easy» підвищує рівень довіри до компанії та покращує її імідж.

Література:

1. Instagram-сторінка компанії URL: <https://www.instagram.com/eateasy.ua/> (дата звернення 15.03.2023).

Керівник – доц. Федотова Н.М.

49. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризових явищ

Тетяна Копайгородська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Умови кризи завжди викликають складнощі для бізнесу, вимагаючи від компанії ретельної аналітики та належної стратегії для виживання і подальшого розвитку. Одним з найважливіших аспектів у таких умовах є маркетингова діяльність підприємства, оскільки саме вона визначає можливості компанії на ринку та забезпечує залучення нових та збереження старих клієнтів. У цьому контексті маркетингові стратегії та дії повинні бути налаштовані на максимальну ефективність і оптимізацію витрат, щоб забезпечити успішність підприємства в умовах кризи.

Методи і матеріали. Для дослідження маркетингової діяльності підприємства в умовах кризових явищ були використані методи оцінки потенціалу підприємства, методи стратегічного аналізу.

Результати. Маркетингова діяльність підприємств є невід'ємною частиною стратегії в будь-який період, в тому числі й в умовах кризи. Однак, кризові явища можуть вимагати змін у підходах до маркетингу та стратегіях компаній. Основним завданням маркетингу в умовах кризи є збереження та зміцнення позицій підприємства на ринку та збільшення його конкурентоспроможності. Для досягнення цих цілей підприємства можуть використовувати наступні стратегії:

1) Аналіз ринку та конкурентів. В умовах кризи ринок змінюється динамічно, тому компанії повинні докладніше аналізувати своїх конкурентів, їхні продукти та стратегії.

2) Перегляд стратегій продажу. Криза може вимагати зміни в способах продажу продуктів та послуг, наприклад, збільшення частки онлайн-продажів та інші альтернативні способи продажу.

3) Зниження витрат на маркетинг. Криза може вимагати зниження бюджету на маркетинг, але компанії повинні бути уважними і не забувати про необхідність підтримки свого бренду та продуктів на ринку.

4) Концентрація на цільовій аудиторії. В умовах кризи компанії повинні бути уважнішими у виборі цільової аудиторії та зосередитися на ній.

5) Використання соціальних мереж. Соціальні мережі можуть стати додатковим інструментом для просування продуктів та послуг в умовах кризи.

6) Розвиток нових продуктів та послуг. Криза може стати стимулом для розробки нових продуктів та послуг, що будуть відповідати новим потребам ринку та споживачів.

Крім цього, в умовах кризи компанії повинні бути готовими до швидкої реакції на зміни в ринкових умовах та адаптувати свою стратегію відповідно до нових умов. Також важливо підтримувати взаємодію зі своїми клієнтами та забезпечувати їхню задоволеність продуктами та послугами.

Висновки. Проведені дослідження підтверджують важливість успішної маркетингової діяльності підприємства в умовах кризових явищ. Важливо мати гнучку та адаптивну маркетингову стратегію, яка здатна швидко реагувати на зміни та забезпечувати успішне функціонування під час кризових ситуацій. Для забезпечення успішної маркетингової діяльності в умовах кризи підприємствам необхідно зосереджуватись на збереженні клієнтів та залученні нових, вивченні нових ринків, зниженні витрат та збільшенні ефективності маркетингових заходів.

Керівник — доц. Закревська Л. М.

50. Критерії конкурентоспроможності харчових продуктів глибокої комплексної переробки

Володимир Страшинський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкурентоспроможність продукції є багатоаспектним поняттям. Вона визначає відповідність товарних характеристик умовам ринку, і, зокрема, конкретним запитам споживачів як за своїми якісними параметрами, так і за економічними, комерційними та іншими умовами його реалізації.

Матеріали і методи. У ході дослідження були застосовані методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати. Результати багаточисельних досліджень ринку продуктів харчування дозволяють зробити висновок про те, що виробництво продукції глибокої комплексної переробки – це одна з ключових умов успіху підприємства на ринку. За допомогою продукту, що має ринкову новизну, можна сформувати новий ринок, випередити конкурентів, збільшити свої доходи. Підприємство зможе забезпечити певну відмінність від інших лише в тому випадку, якщо воно створить більшу або порівняну з конкурентами цінність для споживачів при менших витратах. В умовах євроінтеграції держава також зацікавлена в зростанні конкурентного потенціалу вітчизняної продукції. Лише конкурентоспроможна продукція зможе забезпечити заміщення імпортованого продовольства на внутрішньому ринку і дозволить завоювати стійкі позиції на зовнішньому ринку.

В якості критеріїв конкурентоспроможності харчових продуктів глибокої комплексної переробки можна розглядати п'ять груп показників:

- органолептичні показники продукції. На наш погляд, даний показник є одним з основних при оцінці конкурентоспроможності харчових продуктів, оскільки він визначається, виходячи із споживчих переваг;

- фізико-хімічні показники продукції;
- рівень новизни продукції (соціально-науковий ефект);
- частка вітчизняної сировини при виробництві продукції;
- ціна споживання.

При цьому доцільно визначати коефіцієнт соціально-наукового ефекту розробленої продукції. Соціальний ефект можна розглядати як сукупність його основних різновидів: соціально-політичного, соціально-наукового і соціально-культурного. Соціально-політичний ефект полягає у можливості розширення міжнародних науково-технічних і торговельних зв'язків країни, патентування винаходів. Соціально-науковий ефект проявляється у зростанні числа відкриттів, винаходів, збільшенні сумарного обсягу науково-технічної інформації, отриманої в результаті виконання наукових робіт, створенні наукового «заділу», що є необхідною передумовою для проведення в майбутньому прикладних НДДКР. Соціально-культурний ефект полягає в розширенні кола потреб населення, що задовольняються.

Висновки. Різноманітний характер показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності продукції, створює методичні труднощі для їх обробки, тому, з нашої точки зору, рівень конкурентоспроможності продукції повинен виражатися комплексним інтегральним показником. Така оцінка має легке тлумачення і дозволяє виконувати порівняльний аналіз не лише з конкурентами, але й поміж асортиментними позиціями одного підприємства.

Керівник – д.е.н., доц. Шеремет О. О.

51. Використання психологічних прийомів при рекламуванні ковбасної продукції

Анетта Іловайська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному конкурентному світі реклами навколо так багато, що споживача важко зацікавити і здивувати. Тож компанії часто вдаються до психологічних прийомів.

Матеріали й методи. Загальнонаукові методи: аналіз, синтез, спостереження, узагальнення, систематизація матеріалу. Матеріали – відеоролики ТМ «М'ясняшки» (2018), ТМ «Глобино» (2021), «Івачівські ковбаски» (2020), ТМ «Ранчо» (2017).

Результати. Для посилення рекламного впливу використовуються різні методи психологічного впливу. Зокрема, При рекламуванні харчових продуктів рекламісти найчастіше вдаються до переконання, «механізму ореолу», ідентифікації, стереотипу та різних технік нейролінгвістичного програмування.

Так, в рекламі сосисок від ТМ «М'ясняшки» застосовано «механізм ореолу», що відповідає за образи чи предмети, що мають привабливий вплив. У роликів дівчинка разом з мамою ходять супермаркетом та обирають товари, а на пекшоті звучить закадровий жіночий голос: «Мами довіряють, а діти обожають». Застосовано прийоми нейролінгвістичного програмування – маніпуляція цінностями та переконання. «Механізм ореолу» є і в рекламі сосисок «Нямських» від ТМ «Глобино», де аналогічно використано дитячий образ.

У відео для «Івачівських ковбасок» (2021) застосовано метод НЛП синестезію. У роликів детально показано виготовлення ковбаси, додавання спецій, її нарізання, розламування багету перед куштуванням. Також вжито прийом ідентифікації, щоб споживач подумки поставив себе на місце зображеного в рекламі персонажа та відчув смак продукту за допомогою впливу виразів обличчя акторів.

Рекламні відео для ТМ «Ранчо» (2017) демонструють споживачеві типові уявлення: музика в стилі кантрі, закадровий трохи хрипкий чоловічий голос, образ брутального чоловіка у капелюсі на коні тощо. Така реклама маніпулює свідомістю за допомогою декількох психологічних прийомів. Найголовніший – це використання стереотипу. Більшість споживачів впевнені у тому, що справжній натуральний продукт вироблений не за допомогою механічних обладнань, а руками працюючих людей, які вирощують тварин у чистому екологічному місці (на ранчо). А слово «справжній» ми можемо почути декілька разів протягом рекламного ролика, завдяки чому стереотип стосовно натуральності продукту закріплюється остаточно. Окремо можна виділити і дві техніки НЛП: синестезія та трюїзми. Перша з них спостерігається у кадрах з поетапним готуванням сосисок та кінцевому результаті, де споживач бачить тарілку з апетитною стравою та парою, яка йде від неї. Другу техніку, трюїзми, можна почути на початку відеоролику: «Ранок починається з сонця...енергія – від сили бажань». Це вважається загальновідомою істиною і завдяки використанню такого роду фраз споживач з перших секунд перейметься довірою до бренду.

Висновки. Отже, завдяки розумінню механізмів людського сприйняття та вмілому використанні психологічних прийомів в рекламі ТМ «Ранчо», «М'ясняшки», «Івачівські ковбаски» та ТМ «Глобино» не лише спонукають людей до купівлі певного продукту, а й створюють позитивний імідж та навіюють вдалі асоціації, завдяки яким споживач згадуватиме про продукт навіть після закінчення рекламної кампанії.

Керівник – доц. Антонова О.В.

52. Моделювання воронки продажів: етапи та моделі

Марина Титова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Моделювання воронки продажів є досить складним і кропітким процесом, який дозволяє у кінцевому результаті збільшити рентабельність підприємства. Існує декілька моделей воронки продажів та чітких алгоритм їх побудови. Добре побудова воронка продажів позитивно впливатиме на діяльність фірми у сфері продажів.

Матеріали і методи. Основними методами, які використовувались при проведенні дослідження, є кабінетні та загальнонаукові методи. Матеріалами дослідження стали праці вітчизняних та іноземних вчених та практиків з маркетингу.

Результати. Моделювання воронки продажів необхідно починати з вибору моделі. Вони відрізняються за типами продажів. Також, не існує універсальної моделі. Інструментами воронки продажів є Конверсія, модель AIDA, CPM та CRM-система [1].

Кроки моделювання воронки наступні: формування унікальної торгової пропозиції, збір холодних контактів потенційних покупців, ідеї для клієнтів задля викликання інтересу, робота із сумнівами і запереченнями покупців, продаж товару, підсумки, пошук шляхів удосконалення моделі [2].

Покращити модель воронки продажів можна наступним чином: знайти проблемні частини і усунути їх, розширити або звужити воронку, попрацювати з конверсією, підвищити охоплення, обрати і більш детально проаналізувати цільову аудиторію тощо [3].

Висновки. Моделювання воронки продажів складається з семи основних етапів. Кожен етап надзвичайно важливий для правильності і дієвості моделі. З-поміж запропонованих моделей підприємству необхідно обрати ту, яка найбільше підходить під цілі і напрямки його продажів.

Література

1. Воронка продажів - що це, етапи воронки, приклади та аналіз. *Блог про Гроші, Інвестиції та заробіток*. URL: <http://surl.li/fsmij> (дата звернення: 18.03.2023).

2. Що таке воронка продажів? Види, етапи, створення воронки продажів. *Блог Admixer Academy*. URL:<http://surl.li/fsmix> (дата звернення: 18.03.2023).

3. Що таке воронка продажів і як вона працює: етапи, приклади + інструменти. *Бізнес Кім - Інтернет журнал про бізнес, фінанси та інвестиції – BiznesCat.com*. URL: <http://surl.li/fsmje> (дата звернення: 19.03.2023).

Керівник – доц. Крайнюченко О.Ф.

20.7.

International economics

Chairperson – professor Svitlana Gutkevych
Secretary – professor Oksana Zanozovska

20.7.

Міжнародна економіка

Голова – професор Світлана Гуткевич
Секретар – Оксана Занозовська

1. Продовольча безпека як складова економічної безпеки України

Ліліана Вольбин

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Продовольча безпека є важливою складовою економічної безпеки України. Економічна безпека означає здатність країни підтримувати свою економічну стабільність, сприяти сталому економічному зростанню та захищати свої національні інтереси. З іншого боку, продовольча безпека означає здатність країни забезпечити доступ населення до безпечних, поживних і доступних продуктів харчування.

Матеріали і методи. При аналізі використано абстрактно-логічний метод, порівняльний аналіз та узагальнення.

Результати. В Україні продовольча безпека викликає серйозне занепокоєння, яку країна-агресора роздирає війною. Це спричинило нестачу продовольства для українців, а також перебої з поставками, які стосуються всього світу, особливо країни з низьким рівнем доходу, що залежать від імпорту.

Для забезпечення продовольчої безпеки Україні необхідно зосередитися на кількох ключових напрямках, зокрема:

Розвиток сталого сільськогосподарського сектору – Україна має величезний сільськогосподарський потенціал, але цей сектор необхідно модернізувати та зробити його ефективнішим для забезпечення довгострокової продовольчої безпеки. Це включає інвестиції в інфраструктуру, технології та освіту для підвищення продуктивності, зменшення відходів і підвищення конкурентоспроможності.

Забезпечення доступу до фінансів і кредитів для малих фермерів. Малі фермери є важливою частиною сільськогосподарського сектора в Україні, але вони часто не мають доступу до фінансів і кредитів. Надання їм фінансової підтримки може сприяти розвитку сільського господарства та підвищенню продовольчої безпеки.

Посилення стандартів безпеки та якості харчових продуктів. Забезпечення відповідності харчових продуктів стандартам безпеки та якості має важливе значення для захисту громадського здоров'я та сприяння довірі споживачів до постачання харчових продуктів. Україні необхідно інвестувати в засоби перевірки безпеки та якості харчових продуктів, а також створити нормативно-правову базу, яка б забезпечувала відповідність міжнародним стандартам безпеки харчових продуктів.

Висновки. Загалом продовольча безпека є критичною складовою економічної безпеки України. Інвестуючи в розвиток сільського господарства, посилюючи стандарти безпеки та якості харчових продуктів, а також сприяючи внутрішньому виробництву, Україна може забезпечити доступ свого населення до безпечних, поживних і доступних продуктів харчування, що є важливим для сталого економічного зростання та розвитку.

Література

1. Економічна безпека держави: навчально-методичний посібник.; за ред. Живко З.Б. видавець Чабаненко Ю.А., Черкаси. 2019. 240 с.
2. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про основи продовольчої безпеки України» URL: <https://ips.ligazakon.net/>
3. Україна та глобальна продовольча безпека в умовах війни URL: <https://niss.gov.ua/news/>

2. Перспективи інвестування Польщі в економіку України

Мирослава Колч

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасних умовах війни в Україні, перед вітчизняними та зарубіжними інвесторами стоїть нелегке завдання обрати для залучення інвестицій таку галузь, яка має найкращі перспективи розвитку і може забезпечити найбільшу ефективність інвестицій.

Матеріали і методи. Серед головних причин, що стримують розвиток інвестиційної діяльності в Україні можна виділити наступні: політична, законодавча та економічна нестабільність в Україні, що зумовлена повномасштабним вторгненням РФ; недосконале законодавство в сфері інвестування, що відлякує іноземних інвесторів; низька продуктивність української економіки. Інвестиційний клімат в Україні є досить ризикованим. Занепокоєння у інвесторів викликають три ключові області: прозорість ведення бізнесу, політична стабільність, а також взаємодія з державними органами [3].

Результати. Під час проведення Міжнародного, WORLD FOR UKRAINE SUMMIT, який відбувся 7-9 грудня 2022р. у республіці Польща, були обговорені питання стратегічного партнерства між країнами та перспективу участі польських інвесторів у відбудові України. Було наголошено, що незважаючи на війну, саме зараз вдалий час для підготовки та реалізації інвестиційних проєктів на території України. Крім того, вона запевнила що український уряд готовий запропонувати на розгляд польським партнерам різноманітні інвестиційні проєкти і можливості.

Наразі, перспективними є проєкти, які дають можливість експортувати продукти миттєво до Польщі, або виробництво яких знаходяться в західних областях України. Польщу цікавить або наш внутрішній ринок, або Україна як вікно для експортування цих продуктів далі в Європу. Вони пов'язані, насамперед, з агро-продуктами та харчовою промисловістю. Також, за допомогою платформи Ukrainian Venture Capital and Private Equity Association, разом з іншими національними інвестиційними асоціаціями планується залучати польських інвесторів до проєктів, які пов'язані з енергетикою, очищенням води, будівництвом нових міст, медициною та багатьма іншими.

Висновки. Отже, для України вигідно залучати польських інвесторів до спільних проєктів, для того щоб показати світовій спільноті, що є можливості для їх реалізації уже зараз, до закінчення війни. Через реалізацію конкретних інвестиційних проєктів у різні галузі економіки, які є важливими й перспективними для обох країн, буде більш швидким і економічне відновлення України.

Література

1. Закон України Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць від 06.09.2012 р. номер 5205 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Гуткевич С. О. Інвестування : теорія і практика [Текст] : навч. посіб/ С. О. Гуткевич. - Полтава : АСМІ, 2011. -258 с.

3. Пилипенко О.Є. Підвищення інвестиційної привабливості та стимулювання інвестиційної діяльності в провідних галузях економіки України.- Привабливість та пріоритетність інвестування галузей економіки: матеріали наук. семінару/за ред.проф. С.О. Гуткевич. - К.: НУХТ, 2018. -Вип. 16. - Ч 1. – С.20-27.

3. Міжнародний досвід інвестиційної діяльності на прикладі Польщі

Костюченко Віталій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зростання світової економіки та інтенсивність глобалізації призвели до збільшення кількості міжнародних інвестицій, що робить тему беззаперечно актуальною для вивчення. Аналіз міжнародного досвіду інвестиційної діяльності може допомогти виявити потенційні можливості та ризики для інвесторів, а також підвищити ефективність їхньої діяльності. Крім того, вивчення міжнародного досвіду допоможе перейняти нові технології та практики управління інвестиційною діяльністю та впровадження їх на вітчизняному ринку. Активізація інвестиційної діяльності є вагомим чинником сталого економічного розвитку та вирішення основних соціальних завдань, підвищення рівня життя населення.

Матеріали і методи. При проведенні аналізу використано статистичні дані Групи Світового Банку, Польського агентства інформації та іноземних інвестицій, наукові посібники та підручники. Методи: монографічний метод; статистичні методи: графічний, табличний, метод рядів динаміки; метод порівняльного аналізу

Станом на 2023 рік економіка Польщі є шостою за величиною в ЄС. Згідно із Індексом легкості ведення бізнесу в Польщі станом на 2020 рік країна займала 40-е місце у світі (17-те в Європі) в рейтингу з-поміж 190 держав [1]. Натомість відповідно до Глобального індексу інвестиційної привабливості 2022 року країна посіла 33-тє місце у світі (17-те в Європі) серед 148 держав із загальною оцінкою 49,5 [2].

Результати. У 2004 році Польща стала членом ЄС, вступивши в новий етап економічного розвитку – євроінтеграцію. Це також рік, коли польська економіка пережила безпрецедентний приплив прямих іноземних інвестицій – їх вартість оцінювалася в 10,3 млрд євро. Польща стала частиною ринкової економіки, заснованої на капіталомістких інвестиціях, що також відбилося на структурі залучених ПІІ. Це був рік економічного прориву для польської економіки.

Важливими передумовами для досягнення економічного прогресу стали жорсткі дії та зусилля економіста Лешека Бальцеровича 1989 року до вступу в ЄС 2004 року. Ціллю було переведення країни з режиму планової економіки до ринкової та конкурентоспроможної [с. 23-25, 3].

Висновки. Основними тенденціями та факторами, котрі сприяли досягнутому успіху Польщі в сфері інвестиційної діяльності: економічне зростання та залучення інвестицій з фондів ЄС після вступу в 2004 році, політика держави та місцевого самоврядування, можливість реалізації інвестиційних можливостей та підтримка інвесторів у спеціальних економічних зонах, надання можливостей та перспектив для малого та середнього бізнесів. До того ж державна фінансова підтримка інвестицій у пріоритетні галузі, грантова підтримка проектів завдяки структурним фондам ЄС (соціальним, інфраструктурним, дослідницьким, освітнім), звільнення від місцевих податків, субсидії на працевлаштування.

Література

1. Індекс легкості ведення бізнесу 2022 в Польщі. Група Світового Банку.
<https://archive.doingbusiness.org/en/rankings>
2. Глобальний індекс інвестиційної привабливості в Польщі.
https://acadmin.ambrosetti.eu/dompdf/crea_wmark.php?do
3. Януш Каліньський. Трансформація економіки Польщі в 1989-2004 роках, видання перше. Варшава, 2009 рік, с. 23-25.
http://otworzksiazke.pl/images/ksiazki/transformacja_gospodarki_polskiej/transformacja_gospodarki_polskiej.pdf

4. Deliberate, Emergent, and Combined Strategies

Oksana Zanozovska

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Strategic management is an essential part of any business or public sector organization. The result of the organization's activities depends on the choice of strategy and its implementation. There is a significant difference between the plan and the behavioral model that are the components of Mintzberg strategy, which is related to the source of the strategy's emergence. Some strategies may be deliberate, while others may be emergent. The choice of strategy influences the performance and control of systems, and the ability to innovate.

Material and methods. The analysis is based on the economic and statistical methods: comparison, generalization. The information base includes scientific articles of national and international scientists.

Results. A deliberate strategy is born pondered, usually monitored and controlled from the beginning to the end. This strategy has specific goals. Strategy is considered as a planning process, the result is relatively standardized and is usually expressed as a position. A chief executor supported by the planner staff is appointed, who acts as the chief architect responsible for development of the strategy. The model assumes that the definition of a strategy will be followed by its implementation. The planning process allows development perfect strategies that can be formulated and transmitted in various ways. "Control is achieved when behavior and work procedures conform to standards, and the company goals are accomplished" (Williams, 2017). This classic model requires a centralized staff and aims at the achievement of a certain strategic position or implementation a portfolio strategy.

Emergent strategy does not have specific goals. It does not follow a conceived path to success, but it can be as productive as a deliberate strategy. Emergent strategies usually develop as a response to unexpected conditions of business strategies implementation within business units. The pure definition of emergence strategy requires the absence of intentions. The emergent strategy is influenced by the external impulses and related with great sensitivity. Strategies can grow out of an enterprise dynamism affecting a large number of people. In this case, the strategist should be ready to revise the chosen line of behavior. Control, however, is lesser degree than deliberate strategies need, and intervention is carried out only in some cases.

Mintzberg and Waters (1985) argued that implemented strategy is only by 10-30 percent realizes the strategy that was intended. The significant factor that determines a realized strategy or the emergence strategy is the management decisions that appear as a reaction to changing external conditions and resulted in the complex processes in which the managers interpret the planned strategy (Mintzberg and Waters, 1985).

Conclusions. Practice shows that both strategies may be realized. The strategy should involve as plans for the future so patterns from the past. It should be both pre-thought out, and represents a certain sequence of behavior.

References

1. Mintzberg, H. (1987). Crafting strategy. *Harvard Business Review*, 65(4), 66-75.
2. Mintzberg, H. and Waters J. (1985). Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic management journal*, 6, 257-272.
3. Williams, C. (2017). Principles of management. Retrieved from <https://books.google.com.ua/books?id=m90EDgAAQBAJ&pg=PA343&lpg=PA343&dq=%22>

5. Міжнародний досвід інвестиційної діяльності на прикладі Польщі

Костюченко Віталій

Національний Університет Харчових Технологій, Київ, Україна

Вступ. Зростання світової економіки та інтенсивність глобалізації призвели до збільшення кількості міжнародних інвестицій, що робить тему беззаперечно актуальною для вивчення. Аналіз міжнародного досвіду інвестиційної діяльності може допомогти виявити потенційні можливості та ризики для інвесторів, а також підвищити ефективність їхньої діяльності. Крім того, вивчення міжнародного досвіду допоможе перейняти нові технології та практики управління інвестиційною діяльністю та впровадження їх на вітчизняному ринку. Активізація інвестиційної діяльності є вагомим чинником сталого економічного розвитку та вирішення основних соціальних завдань, підвищення рівня життя населення.

Матеріали і методи. При проведенні аналізу використано статистичні дані Групи Світового Банку, Польського агентства інформації та іноземних інвестицій, наукові посібники та підручники. Методи: монографічний метод; статистичні методи: графічний, табличний, метод рядів динаміки; метод порівняльного аналізу

Станом на 2023 рік економіка Польщі є шостою за величиною в ЄС. Згідно із Індексом легкості ведення бізнесу в Польщі станом на 2020 рік країна займала 40-е місце у світі (17-те в Європі) в рейтингу з-поміж 190 держав [1]. Натомість відповідно до Глобального індексу інвестиційної привабливості 2022 року країна посіла 33-тє місце у світі (17-те в Європі) серед 148 держав із загальною оцінкою 49,5 [2].

Результати. У 2004 році Польща стала членом ЄС, вступивши в новий етап економічного розвитку – євроінтеграцію. Це також рік, коли польська економіка пережила безпрецедентний приплив прямих іноземних інвестицій – їх вартість оцінювалася в 10,3 млрд євро. Польща стала частиною ринкової економіки, заснованої на капіталомістких інвестиціях, що також відбилося на структурі залучених ПІІ. Це був рік економічного прориву для польської економіки.

Важливими передумовами для досягнення економічного прогресу стали жорсткі дії та зусилля економіста Лешека Бальцеровича 1989 року до вступу в ЄС 2004 року. Ціллю було переведення країни з режиму планової економіки до ринкової та конкурентоспроможної [с. 23-25, 3].

Висновки. Основними тенденціями та факторами, котрі сприяли досягнутому успіху Польщі в сфері інвестиційної діяльності: економічне зростання та залучення інвестицій з фондів ЄС після вступу в 2004 році, політика держави та місцевого самоврядування, можливість реалізації інвестиційних можливостей та підтримка інвесторів у спеціальних економічних зонах, надання можливостей та перспектив для малого та середнього бізнесів.

Література

1. Індекс легкості ведення бізнесу 2022 в Польщі. Група Світового Банку. Режим доступу: <https://archive.doingbusiness.org/en/rankings>

2. Глобальний індекс інвестиційної привабливості в Польщі. Режим доступу: https://acadmin.ambrosetti.eu/dompdf/crea_wmark.php?do

3. Януш Каліньський. Трансформація економіки Польщі в 1989-2004 роках, видання перше. Варшава, 2009 рік, с. 23-25. Режим доступу: http://otworzksiazke.pl/images/ksiazki/transformacja_gospodarki_polskiej/transformacja_gospodarki_polskiej.pdf

6. Експортно-імпортна діяльність у міжнародному економічному співробітництві

Ірина Єранова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Міжнародне економічне співробітництво є одним з головних чинників впливу на рівень розвитку економіки кожної країни і світового прогресу загалом. Частиною такого співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність, елементом якої є експортно-імпортна діяльність підприємства.

Матеріали і методи. Використано наукові методи: статистичний, історичний, порівняльний, графічний, табличний, прогнозування і метод аналізу. Теоретичну основу складають напрацювання українських і зарубіжних науковців, нормативні акти та закони Верховної Ради України, статистика ЗЕД. Також використано дані монографічних і періодичних видань, матеріали науково-практичних конференцій.

Результати. Позитивні зрушення у структурі торговельного балансу держави, що спостерігаються в останні роки, можна посилити, створивши передумови для підвищення ефективності експортно-імпортової діяльності безпосередньо для промислових підприємств.

Зовнішньоекономічна діяльність вже давно викликає інтерес наукового середовища, в якому дослідники вивчають його сутність та особливості та є важливою складовою міжнародних економічних відносин, що сприяє підвищенню міжнародної ЗЕД різних суб'єктів господарювання у їх боротьбі на світових ринках. З метою поглиблення та об'єктивного врахування останніх процесів на міжнародних ринках у разі здійснення в ЗЕД варто звернути увагу на передумови, які склалися в державі історично і мають істотний вплив на розвиток організації та управління експортно-імпортової діяльності підприємств, та фактори, які гальмують цей процес. Виконання цих умов та усунення проблем ЗЕД дозволить знайти якісно нові підходи, щодо організації експортно-імпортової діяльності підприємства, які дали би змогу завоювати та утримувати міцні конкурентні позиції на ринках близького та дальнього зарубіжжя в умовах інтеграції у світовий економічний простір.

Висновки. Питання розвитку експортної діяльності України широко обговорюється в наукових колах, оскільки саме науковці в змозі провести теоретичне обґрунтування та дати практичні рекомендації нашої країни по зростанні її експорту. Саме тому аналіз розвитку експортного потенціалу України є актуальною і важливою в умовах сучасних трансформацій в національній та світовій економіці.

Література

1. Інвестування: міжнародний досвід. Монографія / С.О. Гуткевич, П.О. Сидоренко, А.С. Соломко, Р. Смик, В. Рябенко; за заг. ред. проф. Гуткевич С.О. – Харків: Діса Плюс, 2017. – Т.2. – 216 с.

7. Оцінка якості продукції McDonald's

Ярослав Стадний

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Важливим фактором якості є стандартизація. Стандартизація являє собою встановлення чітких, єдиних правил та норм для певних галузей, задля безпеки продукції, навколишнього середовища, тощо. Міжнародна організація стандартизації визначила принципи управління якістю (QMPS) як «набір фундаментальних переконань, норм, правил і цінностей, які визнаються та можуть бути використані як основа для управління якістю» (ISO). Роль QMPS можна визначити як спосіб сприяти покращенню продуктивності організації.

Матеріали і методи. Методи аналізу: монографічний, статистичні: табличний, графічний, порівняльного аналізу. Інформаційна база: нормативно-законодавчі документи, монографія, наукові статті, звітність МакДональдз.

Результати. Якісна продукція – це основна стратегія, компанія зробила кілька кроків, щоб забезпечити це. Щоб максимізувати якість гамбургерів, вони використовують 100% свіжий яловичий фарш. Компанія також постачає свої фрукти та овочі від перевірених постачальників, інвестуючи значні кошти в навчання персоналу з приготування їжі, щоб забезпечити послідовність і смак продукції. Протягом багатьох років McDonalds також додавав кілька сезонних страв до меню, намагаючись надати клієнтам різноманітність і вибір. Компанія розширила своє меню гамбургерами та картоплею фрі, додавши десерти, каву, салати та продукти для сніданку. Налаштували меню відповідно до різних регіонів і країн. McDonalds також удосконалив свою упаковку, намагаючись зробити її більш екологічною. Упаковка є дуже важливою частиною виробництва, оскільки вона зберігає їжу безпечною, свіжою та теплою. Мета компанії полягає в тому, щоб «до 2025 року 100% упаковки виробляти з відновлюваних, перероблених або сертифікованих ресурсів. Це включає в себе мету до 2020 року отримати 100% упаковки на основі первинного волокна з перероблених ресурсів, за для зменшення вирубки лісів» [2].

Висновки. Орієнтація на клієнта, процесний підхід і управління відносинами з постачальниками є трьома основними складовими QMP McDonald's, яка надає пріоритет здоров'ю клієнтів. Другий QMP, процесний підхід, дозволив якості харчових продуктів стати основною стратегією компанії завдяки впровадженню стандартів безпеки харчових продуктів із використанням свіжих інгредієнтів. Управління взаємовідносинами з постачальниками компанії McDonald's приносить користь компанії завдяки підвищенню продуктивності, спільних цілей і цінностей, збільшенню можливостей створення вартості та добре керованому ланцюжку поставок. Системи управління безпекою харчових продуктів і якістю McDonald's, щоб забезпечувати якість, повинні бути зосереджені на якості на всіх рівнях ділової діяльності та процедур, наприклад, у звітах компанії.

Література

1. Гуткевич С.О. Сучасна парадигма якості: монографія/ С.О.Гуткевич, Л.А.Пунчак, О.М.Язвінська. – К.: НТУУ «КПІ», 2015. – 252 с.
2. McDonald's в Україні [Електроний ресурс]. — режим доступу: https://www.wiki-data.uk-ua.nina.az/McDonald's_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96.html

8. Стан продовольчої безпеки в Україні на сучасному етапі

Ілля Пільщіков

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним із актуальних завдань кожної сучасної держави є підтримання належного рівня продовольчої безпеки, тобто стану оптимального забезпечення населення економічно та фізично доступними, якісними і безпечними продуктами харчування. Зростання чисельності населення нашої планети, нестача продовольства, зумовили глобалізацію продовольчої проблеми протягом останніх десятиліть. Ще більшої актуалізації дана проблема набула внаслідок безпрецедентної збройної агресії РФ.

Матеріали й методи. Проведено аналіз чинного законодавства в частині забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану, наукових праць.

Результати. Знищення внаслідок артилерійських обстрілів сільськогосподарської техніки, зерносховищ, тваринницьких ферм, загибель стад сільськогосподарських тварин, шкода, завдана ґрунту від вибухів боєприпасів (воронки, хімічне і фізичне забруднення та ін.), мінування полів, блокування портів – все це створює неабиякі загрози не лише у сфері ведення агробізнесу, а й, як наслідок, у сфері забезпечення продовольчої безпеки. Адже аграрний сектор України є сектором матеріального виробництва й національної економіки, що формує продовольчу безпеку держави і здатен забезпечити населення необхідними продуктами харчування і продовольчою сировиною рослинного і тваринного походження. Слід також зазначити, що ведення воєнних дій на території України створює загрози у сфері забезпечення продовольством не лише для населення нашої держави, але й інших держав, зокрема країн Азії та Африки, які є імпортозалежними від поставок сільськогосподарської продукції національних виробників.

В Україні на сьогодні стан забезпечення продовольчої безпеки напряму залежить від ефективності функціонування її аграрного сектора, зокрема, від ефективності ведення діяльності національними суб'єктами агробізнесу в умовах воєнного стану.

Висновки. Таким чином, надзвичайно актуальною є проблема формування Гарантування продовольчої безпеки є одним з основних завдань кожної сучасної цивілізованої держави. А державна стратегія національної продовольчої безпеки повинна включати характеристику загроз продовольчої безпеки як сукупності наявних та потенційно можливих умов і факторів, що створюють небезпеку для життєво важливих інтересів особистості, суспільства й держави у продовольчій сфері і знижують рівень продовольчої безпеки.

Література

1. Залізнюк В.П. Механізми забезпечення продовольчої безпеки: досвід для України. Державне управління: удосконалення та розвиток: електронний журнал. 2017. No 7. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1250>.

2. Про основи продовольчої безпеки України: проект Закону України від 08.04.2011 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JF-6GI00A?an=3> (дата звернення: 16.07.2022).

3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану: Закон України від 24 березня 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-20#Text> (дата звернення: 16.07.2022)

21.1.

Accounting, auditing and analysis in enterprises

**Chairperson – associate professor Olga Mykhailenko
Secretary – Tetiana Redziuk**

21.1.

Облік, аудит та аналіз на підприємствах

**Голова – доцент Ольга Михайленко
Секретар – Тетяна Редзюк**

1. Єдиний податок в умовах війни: переваги та недоліки

Вікторія Бай, Наталія Кудренко

Національний університет харчових технологій

Вступ. З початку повномасштабної війни відбулися певні зміни в податковому законодавстві. До змін відносять перехід на сплату єдиного податку та пільгову ставку 2%, впроваджений для зниження податкового тиску на підприємства.

Матеріали та методи. Питання переходу на єдиний податок під час війни досліджували чимало авторів в своїх наукових статтях, таких як: Онищенко В., Васильченко Н., Бачило В., Федосюк Ю тощо. Однак, над питанням трансформації податкового та фінансового обліку працювали ряд вчених: Татарова М., Оносовський Д., Кучерак Д., тощо. У тезах використано методи аналізу і синтезу, індукції і дедукції, які були застосовані для проведення аналізу нововведень в законодавстві.

Результати. Відповідно до чинного ЗУ «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період дії воєнного стану» від 24.03.2022 р. як фізичні особи, так і юридичні особи мають право перейти на сплату єдиного податку зі ставкою 2%. Даний перехід на 2% не є загальнообов'язковим, а добровільним вибором, тому підприємець має подати реєстраційну заяву до контролюючого органу згідно граничних термінів подання заяви. Якщо підприємство є новоствореним, то заява подається протягом 10 днів з дня державної реєстрації. Якщо діюче підприємство, так заява подається до останнього числа місяця, що передує календарному. Оскільки єдиний податок за ставкою 2 % діє на період воєнного стану, після його скасування платник податків автоматично повернеться до сплати податків, що була до війни.

Так як на сьогоднішній день багато суб'єктів господарської діяльності перейшли на єдиний податок за ставкою 2% доцільно було б розглянути переваги й недоліки в його використанні. Отже, представлено основні переваги єдиного податку: приваблива ставка; вузькі обмеження та сприятливі умови переходу; спрощений облік; сума передоплати з податку на прибуток може бути використана після закінчення війни.

До недоліків переходу на ставку 2% відносять: повернення на довоєнну систему оподаткування; при застужанні ставки 2 % відсутнє право на ПК; розрахунок можливий виключно в грошовій формі; для малорентабельних підприємств 2% від доходу можуть становити непосильний податковий тягар; платник ПДВ не може використовувати залишок коштів на електронному рахунку після переходу на пільгову ставку.

Висновок. Перехід на сплату єдиного податку з пільговою ставкою 2 % потребує більш детального вивчення та прорахунку, тому що варто зрозуміти чи підходить та чи вигідна нова модель оподаткування підприємству.

Література

1. Бачило В. Оновлено «нову спрощенку»: зміни, переваги та недоліки. *Електронний блог*. URL: <https://blog.liga.net/user/vbachylo/article/44180>
2. Єдиний податок в умовах війни. URL: <https://totum.ua/news/yedynyj-podatok-v-umovah-vijny/>

2. Теоретичні підстави аналізу ефективності діяльності банківських установ Глафіра Білецька, Ольга Михайленко Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Аналіз діяльності банківських установ містить в собі реальну і всебічну оцінку досягнутих результатів, висвітлює як позитивні, так і негативні аспекти роботи. За допомогою аналізу можна визначити шляхи вирішення нагальних проблем, виконати більшість банківських операцій, забезпечити дохідність та ліквідність банку, та багато іншого.

Матеріали і методи. Для досягнення мети, формування та реалізації банківського рішення доцільно використовувати загальнонаукові та спеціальні методи.

Результати. Головною метою власників банківського бізнесу, які вкладають у нього кошти, є досягнення високої ефективності функціонування банку. При цьому наукові напрацювання в управлінні прибутковістю є одним із першочергових завдань фінансового розвитку банку. З метою підвищення рівня прибутковості банківської діяльності створюють та випробовують відповідні моделі управління, які складаються з планування, прогнозування, контролю за формуванням, розподілу та використання одержаного прибутку.

Прибутковість банківського бізнесу є одним із найважливіших показників, що характеризує фінансові результати діяльності банків, є матеріальною основою їх подальшого функціонування та визначення рейтингу на банківському ринку. Основна задача банківської діяльності – не допустити його зниження, оскільки це неминуче відобразиться як на показниках достатності капіталу, так і на рівні конкурентоспроможності банківської установи.

Спираючись на принцип аналогії, виділимо такі види аналітичних досліджень у банківській сфері: міжбанківський (галузевий) аналіз, аналіз діяльності комерційного банку та внутрішньобанківський аналіз. У міжбанківському аналізі об'єктом досліджень є банківська система в цілому або окрема група банків. Одним з популярних підходів до проведення міжбанківського аналізу є побудова таблиць ранжирування банків за певними критеріями. Зауважимо, що хоча часто ці матеріали називають рейтингами, у класичному розумінні їх не можна віднести до класу рейтингових систем, на що справедливо звертають увагу науковці.

У економічній літературі аналіз класифікується за різними ознаками. Ці ознаки доцільно використовувати і під час класифікації видів аналізу банківської діяльності. З огляду на періодичність проведення аналіз фінансової стійкості може класифікуватися так: щоденний; щотижневий; місячний; квартальний; річний.

Важливим є проведення аналізу банківської діяльності на макрорівні, без здійснення якого Національному банку важко визначити основні установки грошово-кредитної політики, вивчити і спрогнозувати ситуацію на кредитних ринках країни, зробити висновки про стійкість і надійність банківської системи в цілому, контролювати виконання банками встановлених стандартів і нормативів.

Висновки. Проведення всебічного аналізу дає можливість прийняти рішення, яка забезпечить ефективність банківської діяльності, підвищить рівень планування та науково обгрунтовано поясне прийняте рішення. Отже, результатом аналізу повинно бути виявлення недоліків та упущень, допущених комерційним банком в поточному році та розроблення заходів, спрямованих на їх усунення в подальшому.

3. Особливості формування податкової системи Сполученого Королівства Великої Британії

Марія Духновська, Тетяна Редзюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Податкова система Сполученого Королівства Великої Британії є основною складовою, що чинить вагомий вплив на економіку країни, зокрема на діяльність юридичних осіб і приватних підприємців. Ефективність її функціонування визначається різними факторами: економічне становище, рівень податкової культури, розклад політичних сил, досягнення економічної науки тощо.

Матеріали і методи. В роботі використано загальнонаукові методи наукового пізнання та дослідження економічних явищ. Теоретико-методологічною основою дослідження є праці закордонних науковців і практиків, що займалися дослідженням податкових систем Сполученого Королівства Великої Британії. У тезах застосовані наступні методи дослідження: абстрактно-логічний, порівняння, історичний, монографічний та наукового узагальнення.

Результати. Регулювання діяльності британських компаній будується на корпоративному законодавстві, а саме Законом про компанії (Companies Act), який складається з 1300 статей і 16 додатків, що займають близько 700 сторінок.

Всі податки, що стягуються в Британії можна поділити на наступні групи: податок на додану вартість (VAT); податки на дохід (Income Tax, Corporation Tax); податки на майно (Capital Gain Tax, Inheritance Tax); страхові внески (National Insurance Contribution); збори (Customs Duty, Stamp Duty, Environmental Taxes) та місцеві податки.

Юридичні особи сплачують корпоративний податок (19 %); податок на додану вартість (VAT). Стандартна ставка податку становить 20 %, для окремих товарів і послуг – 5 % (наприклад, дитячі крісла для автовок); діловий податок з орендарів нежитлових приміщень (у деяких графствах); податок на дохід з виробництва палива (для нафто- та газодобувних компаній); податок на прибуток від реалізації основних засобів (тільки для приватних підприємців та трастових фондів); акцизи на нафтопродукти; річний акцизний податок на вантажні автомашина, таксі та автобуси.

Corporation Tax – те саме, що й Income Tax проте по відношенню до компаній. Компанія як окрема одиниця платить окремо свій податок на отримані доходи за ставкою 19%. Власників підприємств після оподаткування доходів на рівні компанії, також оподатковуватимуться і на рівні їхніх особистих доходів.

Capital Gain Tax – податок при продажі нерухомості, акцій, криптовалюти, антикваріату. Накладається щодо прибутку отриманого в результаті окремої трансакції. Тобто, придбали за £10 000, продали за £14 000, оподатковується тільки £4000. National Insurance Contribution – страхові внески, сплачуються як приватними особами так і компаніями, використовуються для фінансування соціальної складової. Ставки для приватних осіб в районі 10%.

Висновки. Податкова система Сполученого Королівства Великої Британії є однією з найстаріших у світі. Її характерною особливістю є переважання прямих податків над непрямими, а також приділення великої уваги системі соціального страхування, яка спрямована на фінансування соціальної допомоги. Британська податкова система спрямована на залучення іноземного капіталу та підвищення інвестиційної конкурентоспроможності країни. При формуванні податкової системи України дуже важливо використовувати досвід Сполученого Королівства Великої Британії та запобігти тих помилок та негативних випадків, які характерні для інших держав.

4. Уцінка основних засобів під час військового стану

Анна Касьян, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Важливим та серйозним наслідком збройної агресії російської федерації в Україні вважають зниження вартості активів підприємств, через руйнацію, пошкодження та повного знищення. Тож наразі є актуальним питання щодо особливості обліку основних засобів та оцінки втрат.

Матеріали і методи. В роботі використані наукові дослідження українських та зарубіжних вчених, методичні стандарти, практичні рекомендації експертів і консультантів. В процесі дослідження біли використані методи: індукції та дедукції – при дослідженні випадків, за яких необхідно здійснювати уцінку основних засобів під час військового стану.

Результати. Після початку збройної агресії російської федерації утворився високий ризик пошкодження активів підприємств, а також ризики обмеженого доступу або втрати контролю на підприємствах через перебування на тимчасово окупованих територіях. Вказані події свідчать про значне збільшення фізичного зносу активів підприємства. Відповідно до МСБО 16 та МСБО 36 здійснення процедури зі зменшення корисності активів може бути типовим у випадку, якщо використовується модель собівартості для обліку основних засобів. Зменшення корисності переоцінених активів, залежить від основи, яка використовувалася для визначення справедливої вартості відповідно до МСФЗ 13 та суттєвості витрат на продаж активів по відношенню до їхньої справедливої вартості. Для виконання процедур знецінення корисності активів в умовах збройної агресії, спочатку потрібно провести процедури з фіксації шкоди спричиненої збройною агресією та провести інвентаризацію знищених або пошкоджених активів. Після чого проводять облікове відображення результатів інвентаризації активів, виконують процедуру знецінення корисності активів і вже потім відображають результати зменшення корисності та переоцінки активів підприємства у фінансовій звітності.

Отже, спочатку необхідно визначити суму очікуваного відшкодування як більше з двох значень: справедлива вартість мінус витрати на продаж активу або вартість у використанні одиниці, що генерує грошовий потік. Потім здійснити порівняння балансової вартості об'єкту з сумою його очікуваного відшкодування і визнати збиток від зменшення корисності у випадку, якщо сума, на яку балансова вартість активу або одиниці, що генерує грошові кошти, перевищує суму очікуваного відшкодування. Після оцінки втрат від зменшення корисності активів підприємства виникає питання про визначення переліку активів. Процес ідентифікації активів може ускладнитися здійснення інвентаризація у зв'язку з перебуванням активів підприємства на тимчасово окупованих територіях. На нашу думку доцільно сформувати реєстр об'єктів, що постраждали від збройної агресії та вказати характер пошкодження.

Висновки. При ідентифікації активів було запропоновано формувати реєстр об'єктів, що постраждали внаслідок військових дій. Визначення справедливої вартості більш складне за рахунок того, що, як правило, базується на зовнішніх ринкових припущеннях, в той час як розрахунок вартості у використанні – більш можливе завдання для підприємства.

Література.

Кулик А.А. Особливості проведення знецінення активів в умовах збройної агресії. Облік і фінанси. 2022, 4(98), 5-12. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4\(98\)-5-12](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4(98)-5-12)

5. Реінжиніринг бізнес процесів – показники ефективності

Юлія Кикоть, Ганна Осадча

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Стратегічний управлінський облік покликаний забезпечувати систему менеджменту підприємства інформацією для обґрунтування прийняття управлінських рішень. Метою даного дослідження є формування системи економічних показників, що необхідні при впровадженні реінжинірингу бізнес процесів на підприємстві.

Матеріали і методи. Робота побудована на основі структурно-логічного методу і ряду загальнонаукових методів дослідження – методів аналізу, синтезу, індукції і дедукції тощо.

Результати. Бізнес-процес – це сукупність різних видів діяльності, в яких використовується один або більше типів ресурсів (вхідні дані), і в результаті цієї діяльності на виході створюється продукт, який представляє цінність для споживача.

Сучасний менеджмент застосовує такі інструменти управління як «загальне управління якістю» (Total Quality Management), «виробництво точно в строк» (Just in Time Management), концепція бережливого виробництва (Lean Production), стратегія кайдзен, система канбан, і ряд інших. Однак в умовах високо конкурентного середовища досягнення високих показників найкращим чином забезпечується за рахунок застосування реінжинірингу бізнес - процесів (Business Process Reengineering), що базується на принципах процесного підходу до управління [1].

Реінжиніринг бізнес-процесів – це фундаментальне переосмислення і радикальна перебудова чи зміна бізнес-процесів у розрізі яких підприємство здійснює свою діяльність, щоб викликати значні критичні поліпшення показників продуктивності, таких як вартість, якість, сервіс і швидкість.

Основні показники ефективності бізнес-процесів. Показники реалізації бізнес-процесів доцільно згрупувати в п'ять класів: показники результативності; вартості; часу; якості; фрагментації [2, 106].

Результативності – кількість клієнтів, об'єм продажів, кількість укладених договорів, обсяги виробництва, терміни постачання тощо.

Вартості – вартість доставки, вартість залучення клієнта, конверсія продажів, середній обсяг закупок (продажів), собівартість продукції тощо.

Продуктивності – обсяги виробництва на одного працівника, виручка на одного працівника, прибуток на одного працівника тощо.

Якості – ступінь дефектності процесу виробництва, кількість браку, витрати на усунення браку, кількість скарг споживачів, кількість позаштатних ситуацій тощо.

Висновки. Обов'язковим етапом реінжинірингу бізнес-процесів є бюджетування, підсумком якого є визначення та розрахунок показників ефективності до початку реалізації планів та після впровадження. Процес реінжинірингу бізнес-процесів потребує значних капітальних вкладень, але він є беззаперечно необхідним у розвитку науково-технічного процесу виробництва.

Література.

1. Мельник А.О., Соловйова Т.М. (2020). Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на вітчизняних підприємствах. Економічний форум, 1(3), 63-70. 2020-3-10.

2. Моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів: підручн. С.В. Козир, В.В. Слесарев, С.А. Ус, Т.В. Хом'як; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: НТУ «ДП», 2022. – 163 с.

6. Особливості обліку валютних операцій під час військового стану

Яна Корольова, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. З початку введення воєнного стану, Правлінням Національного банку України було прийнято Постанову № 18 від 24.02.22 року «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану», якою було введено ряд обмежень на здійснення валютних операцій, які здійснюються з рахунків у валюті, відкритих в українських банках. Проте, діючі обмеження не зачіпають валютні операції, які здійснюються резидентами з рахунків, відкритих за кордоном.

Матеріали і методи. В роботі використано: (1) проаналізовані, систематизовані дані, зібрані на основі діяльності провідних банківських та небанківських фінансових установ під час військового стану; (2) методи інформаційного пошуку, системного аналізу, порівняння та узагальнення теоретичних досліджень.

Результати. За результатами інформаційного пошуку й системного аналізу встановлено основні особливості валютних операцій під час військового стану:

(1) змінені граничні *строки розрахунків за експортно-імпортними операціями* (якщо операція на суму 400 тис. грн і більше) - відбулося збільшення граничного строку застосування банківського валютного нагляду; (2) *зняти кошти з валютного рахунку в Україні можна:* у гривні у розмірі 100 тис. грн на день, у валюті рахунку в еквіваленті 100 тис. грн на день без комісій; *зняття коштів з рахунків за кордоном:* ліміт до 100 тис. грн в еквіваленті на день також поширюється на зняття валюти за кордоном із рахунків в іноземній валюті, що відкриті в українських банках; ліміт на зняття валюти з гривневих рахунків обсягом до 100 тис. грн на місяць. (3) *перекази у валюті з України* - сьогодні більшість переказів з України за кордон заборонені. Серед винятків, зокрема, оплата витрат за кордоном, пов'язаних зі смертю громадян, лікуванням в медичних закладах, транспортуванням хворих та оплата навчання на рахунки навчальних закладів за кордоном; (4) *перекази з-за кордону* (обмежень не має) - Національний банк рекомендує використовувати безготівкові розрахунки, щоб не створювати зайве навантаження на банки, не наражати на небезпеку інкасаторів та себе. На сьогодні #cashless лишається найбезпечнішим способом розрахунку. Загалом зробити переказ можна через системи миттєвих переказів або самостійно з картки на картку, чи по системі SWIFT за номером IBAN; (5) обмеження на *продаж іноземної валюти* відсутні; *купівля іноземної валюти* поки заборонена (крім територій, які перебувають під загрозою окупації та на придбання товарів критичного імпорту); (6) *операції з рф і рб* - заборона валютних розрахунків російськими та білоруськими рублями, розрахунків з учасниками з цих країн при використанні платіжних карток та інших електронних платіжних засобів та ін. Обмеження охоплюють практично всю сферу валютних розрахунків з учасниками з росії і білорусії.

Висновки. На підставі виконаного дослідження можна сформулювати висновок: всі обмеження - необхідний крок зараз для підтримки економіки та фінансової системи в умовах збройної агресії російської федерації. Це важливо, щоб не допустити відпливу валюти з України і загалом щоб і надалі забезпечувати надійне та стабільне функціонування фінансової системи країни та безперебійну роботу об'єктів критичної інфраструктури. Це також важливо для відновлення економіки після визволення території України від російських загарбників.

7. Особливості обліку та аналізу основних засобів під час воєнного стану в країні

Анастасія Коротка, Ольга Михайленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нинішні події залишають свій слід не лише в пам'яті українців, але й в обліку українських підприємств. Воєнні дії на території нашої країни призвели до значних руйнувань. У багатьох підприємств виявилися зруйновані офіси, магазини, склади, виробничі приміщення. Адже на багатьох з них здійснювалися операції, які є характерними саме для воєнного часу.

Матеріали і методи. В роботі використано узагальнену інформацію щодо методологічних підходів проведення обліково-аналітичного дослідження основних засобів шляхом інформаційного пошуку.

Результати. За результатами інформаційного пошуку й системного аналізу встановлено:

– закріплення на законодавчому рівні: терміну «основні засоби» в Законах України «Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16)», перелік необхідних дій під час проведення інвентаризації в умовах ведення воєнного стану на території України, обов'язки комісії з питань встановлення факту псування/знищення продукції та її подальшого списання, Роз'яснення, щодо статті 3 Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» адміністративна межа між тимчасово окупованою територією та іншою територією України визначається Кабінетом Міністрів України, можливість набуття нових і вдосконалення раніше набутих компетентностей для задоволення пріоритетів і потреб економіки України;

– наявність рекомендацій для підприємств, які з дати початку тимчасової окупації та в період повномасштабного вторгнення мали місцезнаходження на території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, на тимчасово окупованій території у Донецькій та Луганській областях проводять інвентаризацію у разі можливості безпечного та безперешкодного доступу уповноважених осіб до активів, первинних документів і реєстрів бухгалтерського обліку, в яких відображені зобов'язання та власний капітал підприємств що дозволить об'єктивно та своєчасно аналізувати стан, наявність та рух необоротних активів суб'єктів господарювання.

Узагальнення опублікованих результатів економістів і практиків дозволило виокремити одностайність щодо: зобов'язання проводити інвентаризацію станом на перше число місяця, що настає за місяцем, в якому з'явилася можливість доступу до активів, первинних документів і реєстрів бухгалтерського обліку, та відобразити результати інвентаризації у бухгалтерських та аналітичних документах відповідного звітного періоду, порядок виконання невідкладних робіт, щодо ліквідації наслідків збройної агресії російської федерації, пов'язаних із пошкодженням будівель та споруд затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 19.04.2022 № 473, при інвентаризації розбіжності між фактичною наявністю активів і зобов'язань і даними бухгалтерського обліку регулюються підприємствами в такому порядку Згідно з Положенням № 879.

Висновки. На підставі виконаного дослідження можна сформулювати висновок: достатньо необхідний рівень професійної компетентності сприяє успішності соціалізації й провадження професійної діяльності бухгалтера-аналітика на тимчасово окупованих територіях України згідно з чинним законодавством України. Це в свою чергу забезпечить покращення сталого розвитку окремого підприємства, і, як наслідок, зміцнення економіки країни в майбутньому.

8. Облік на підприємстві в умовах цифровізації

Вікторія Овадюк, Ірина Кравченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вирішальною тенденцією розвитку світу є перехід до нової основи розвитку соціально-економічних процесів – використання цифрових технологій у всіх сферах суспільного життя: у системах державного управління, економіки, бізнесу, соціальних сферах, до нових систем, де інформація є визначальним ресурсом.

Матеріали та методи. Впровадження нових сучасних технологій на всіх етапах роботи підприємства становить цифрову трансформацію бізнесу. Цей підхід передбачає не лише встановлення нового обладнання та програмного забезпечення, але й зміни в способі управління компанією. В результаті впровадження нових технологій продуктивність праці збільшується, задоволеність клієнтів зростає, а компанія стає більш конкурентоспроможною на ринку.

Результати. При дослідженні цього питання важливо, щоб теоретичні дослідження були втілені в методичні рекомендації, які можуть бути успішно використані для ефективного впровадження та розвитку системи бухгалтерського обліку. Деякі перспективні напрямки удосконалення обліку включають застосування технологій безконтактної ідентифікації, таких як карткові, біометричні, технології штрих-кодування, зокрема QR-кодів та пристроїв для їх зчитування. QR-коди є простим та інтерактивним способом отримання значного обсягу інформації, яку можна закодувати, і швидкого доступу до неї за допомогою сканування та розпізнавання цифрових пристроїв [1].

Зацікавленість у технології блокчейн зростає серед усіх цивілізованих держав та міжнародних установ і змінює світ так само, як це було колись з Інтернетом. Блокчейн – це система зберігання даних, де кожна транзакція зберігається в закритій одноранговій мережі, що складається з блоків, які містять записи про транзакції. Ці блоки не піддаються підробці, оскільки кожен новий запис підтверджує існуючі ланцюжки. Технологія блокчейн стала популярною в контексті криптовалют, але вона також є надійним засобом зберігання інформації в будь-якому середовищі. Блокчейн має перевагу над паперовими документами у багатьох аспектах, зокрема він є набагато більш суворим і юридично обов'язковим. Звичайні документи можуть бути змінені або підправлені без відома інших, але дані, що зберігаються в ланцюжку блоків, практично неможливо змінити. Це дає змогу компаніям і людям довіряти інформації, внесеної в блокчейн [2]. Оскільки блокчейн зазвичай прозорі (за винятком приватних мереж компаній), вносити зміни в ланцюжок блоків неможливо без відома учасників мережі, оскільки будь-яка спроба цього буде помічена всіма учасниками. Така прозорість роблять блокчейн ідеальним рішенням для зберігання та реєстрації даних.

Висновки. Проведення цифрової трансформації бізнесу є чудовим способом зробити дії зберігання інформації легшими та простішими. Для підприємства це гарний спосіб модернізації роботи та погашення праці співробітникам, а також групування даних в інформаційні системи.

Література. 1. Спільник Ірина, Палох Микола. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2019. Випуск 1-2. С. 14

2. 5 причин використовувати блокчейн в електронній комерції. Вебсайт. *Edit.ua*. URL: <https://edin.ua/5-prichin-vikoristovuvati-blokchejn-v-elektronnij-komerci%D1%97/>

9. Аналіз стану нематеріальних активів

Марія Соболук, Світлана Скоморохова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Дослідження теоретичних та прикладних аспектів обліку, аналізу та аудиту нематеріальних активів дає можливість розширювати господарську діяльність підприємства, гарантувати зростання його прибутковості, а також збільшення власного капіталу.

Матеріали і методи. В ході виконання поставлених завдань були вивчені та розглянуті праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, таких як: О.Б. Бутнік-Сіверського, Н. Г. Виговської, С.Ф. Голова, М. Галянтич, М.Я. Дем'яненка, В.М. Жука, І. Журавської, С. Я Зубілевич, І.Ю. Кравченко, В.Б. Моссаковського, В. Мурзової, О.О. Прокопенко, Р.С. Сайфуліна, О.Д. Святоцького, Е. Брукінга, Л. Джойя, К.Е. Свейбі, С. Легенчука, О. Малишко, національні Положення (стандарт) бухгалтерського обліку та облікові дані підприємства. В процесі дослідження стану та ефективності використання нематеріальних активів доцільно використовувати загально – наукові методи та прийоми (групування, порівняння, абстрактно-логічний, аналіз, синтез), а також специфічні методи економічного аналізу.

Результати. У сучасних умовах широке використання нематеріальних активів в фінансово-господарській діяльності сприяє підвищенню ефективності діяльності суб'єктів господарювання, їх конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. Тому наявність нематеріальних активів є невід'ємною частиною на підприємстві, які потребують правильного та своєчасного документального оформлення, аналізу і контролю за їх використання.

Дослідження стану та структури нематеріальних активів є дуже важливою складовою вивчення необоротних активів підприємств всіх видів економічної діяльності та розмірів. Так нами була приділена увага стану нематеріальних активів ТОВ «Рихальський завод сухого молока».

В складі нематеріальних активів ТОВ «Рихальський завод сухого молока» обліковуються:

- Програмна продукція 1С «Бухгалтерія 8»
- Програмна продукція Office 365 Extra File Storage Open ShrdSvr
- Програмна продукція Windows Professional 10 SNGL OLP NL
- Програмне забезпечення Microsoft Windows 7 Professional 64
- Програмне забезпечення АСКОЕ
- Цифровий ключ ліцензії Windows 10 Home (ESD)

Найбільшу питому вагу має Програмне забезпечення АСКОЕ (85,6% в 2020 році та 82,5% в 2021 році). Зміна структури нематеріальних активів по підприємству, не зважаючи на фіксовану ціну на програмні продукти, відбулася за рахунок придбання підприємством в 2021 році Цифрового ключа ліцензії Windows 10 Home (ESD).

Аналізуючи склад НМА на ТОВ «Рихальський завод сухого молока» видно, що основною складовою є програмне забезпечення, яке забезпечує роботу операційної системи – Windows.

Висновки. Отже, тенденції розвитку світової економіки свідчать про активне залучення до господарського обігу таких довгострокових економічних ресурсів, як нематеріальні активи, що пов'язано з їх здатністю приносити значні прибутки за умов ефективного використання.

10. Вплив світових процесів на функції бухгалтера

Ольга Соловійова, Людмила Духновська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В сучасних умовах бухгалтерський облік як система знань та практична сфера діяльності зазнає значних змін. Враховуючи перехід від індустріальної цивілізації до інформаційної, в тому числі тенденцію до максимальної автоматизації процесів, професія бухгалтера виходить на новий рівень

Матеріали і методи. В роботі використанні наукові дослідження українських та зарубіжних вчених, методичні стандарти. В процесі дослідження були використані методи індукції та дедукції, аналізу і синтезу.

Результати. Серед зарубіжних науковців найбільш поширеними є наступні функції бухгалтерського обліку: дотримання вимог законодавства, реєстрація господарських операцій, інформування, контроль, допомога у прийнятті бізнес-рішень, захист активів. Менше уваги приділяється функціям ідентифікації операцій, вимірювання, встановлення відповідальності, оцінки ефективності, прогнозування, підведення підсумків, аналізу даних. На сьогоднішній день промислове підприємство розглядається не тільки як виробник матеріальних благ, але й як елемент суспільства, що активно впливає на зовнішнє середовище. Соціальна місія професії бухгалтера вимагає від особи, яка займається такою діяльністю, бути експертом у сфері фінансового й податкового обліку, який демонструє компетентності, відповідає кодексу етики, дотримується високих професійних стандартів і діяльність якого регулюється через професійну організацію бухгалтерів або інший механізм регулювання. Також важливо виділити організаційну функцію бухгалтера, яка є передумовою для реалізації всіх інших функцій та являє собою комплекс наступних заходів: затвердження правил документообігу і технології обробки інформації; формування облікової політики, внутрішніх положень; побудова системи управлінського обліку, створення форм управлінської звітності; розподіл обов'язків між працівниками бухгалтерії; підбір програмного та матеріально-технічного забезпечення; встановлення системи контролю.

Сучасний бухгалтер повинен не просто добре знати бухгалтерський, статистичний, податковий облік і економіку, але й володіти основами технології виробництва, трудовим і цивільним правом, сучасними комп'ютерними технологіями та іноземними мовами. Діджиталізація економіки поглиблює місію, предмет, об'єкт і функції бухгалтерського обліку та професії бухгалтера. Зростання кількості кібератак, вірусних програм та проявів економічного шпигунства вимагають від сучасного представника бухгалтерської професії наявності, крім професійних облікових навичок, так званих цифрових, чи діджиталізаційних навичок.

Висновки. Тотальні зміни у веденні бухгалтерського обліку зміцнили, а не похитнули позиції бухгалтерів на ринку праці. Головне – бути готовим до вирішення нових завдань, не передаючи їх юристам, економістам, менеджерам, маркетингологам, та іншим фахівцям, що дозволить підвищити роль бухгалтерів у процесах управління та інформаційного забезпечення підприємств. Перспектива бухгалтерської професії в сучасному світі має базуватися на трансформації місії бухгалтера в процесі гарантування економічної безпеки бізнес-структур і достовірного представлення бізнесу у звітності.

Література.

1. Шендерівська Ю. Трансформація функцій бухгалтера під впливом глобальних викликів. Облік і фінанси. 2022, 4(98), 23-31. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4\(98\)-23-31](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4(98)-23-31)

11. Вплив штучного інтелекту на професію бухгалтера

Інна Маковей, Світлана Ніколаснко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На момент сьогодення штучний інтелект все стрімко набирає обертів у своєму використанні в повсякденному житті, особливо це стосується фінансової сфери. Актуальне питання сьогодення полягає в тому, як саме штучний інтелект може вплинути на професію бухгалтера загалом, як технологічні інновації можуть змінити роботу бухгалтера та чи несе воно загрозу для вимирання самої професії.

Матеріали та методи. В ході дослідження використано загальнонаукові методи, системний аналіз та інформаційний пошук.

Результати. Запровадження нових інструментів штучного інтелекту можуть стимулювати нові та вдосконалені методи аналізу для проведення обліку. Окрім обробки даних також можна значно полегшити процес ведення аудиту та фінансових процесів. За дослідженнями Всесвітнього економічного форуму можна сказати, що застосування інструментів штучного інтелекту навпаки збільшить робочі місця, а не скоротить. ВЕФ показала дану ситуацію на прикладі впровадження Excel: дане програмне забезпечення значно полегшило процес ведення обліку на підприємстві і не замінило кваліфікаційних робітників. Використання системи штучного інтелекту може безперервно та без помилок виконувати повторювальні операції, які передусім пов'язані з процесами: ведення та зіставлення даних, відтворення господарських операцій, зображення операцій з витратами та доходами, формування первинних документів. Застосування штучного інтелекту у бухгалтерському обліку значно полегшує життя підприємствам у випадку з шахрайством та уникненням штрафних санкцій. Завдяки своєму алгоритму роботи він може за декілька секунд виявити потенційних підозрілих контрагентів, які ведуть свою діяльність недобросовісно. Чи зникне сама професія бухгалтер? З процесами цифрової інновації розуміється, що сучасний фахівець який випускається з університету повинен не тільки бути добре обізнаним у своїй сфері, а й ще мати навички автоматизації в обліку. В майбутньому саме такі фахівці будуть мати більше попиту на ринку праці. Тим бухгалтерам, які раніше працювали за застарілою системою ведення обліку прийдеться проходити перекваліфікацію та проходження курсів з освоєння новітніх технологій в обліку.

Застосування штучного інтелекту в бухгалтерському обліку надасть бухгалтеру вийти за рамки своєї професії, натомість фахівець повинен вивчати процеси автоматизації, також він буде тісно пов'язаний з менеджментом так як бухгалтер буде більше приділяти уваги на аналіз даних та прийняття ефективних рішень на підприємстві для його подальшої ефективної діяльності. Є питання того, що можуть зникнути такі професії як помічник бухгалтера та молодший бухгалтер. Оскільки дані процеси за них може виконувати саме штучний інтелект, що значно полегшує процес витрат на самому підприємстві. Але повноцінно штучний інтелект не зможе замінити фахівця, так як бухгалтер залишається основним джерелом формування та аналітики інформації, а саме: розробка облікової політики підприємства, формування фінансової звітності, формування принципів управлінського обліку на підприємстві.

Висновки. З даної ситуації можна сказати, що майбутнє бухгалтерського обліку буде тісно пов'язане із засобами використання штучного інтелекту. Професійні бухгалтери та аудиторські фірми зможуть знайти баланс між штучним інтелектом і людським інтелектом, керуючись тим, як інноваційні технології приносять користь клієнтам, спрощуючи їх життя та надаючи їм більше свободи шукати більше можливостей.

12. Дуальна освіта в підготовці фахівців з обліку оподаткування

Юлія Рудик, Володимир Осмятченко

Національний Університет Харчових Технологій, Київ, Україна

Вступ. Система підготовки персоналу в закладах вищої освіти набуває актуальності і потребує детального дослідження. Основною метою діяльності є підготовка фахівців, здатних вивести економіку України на провідний світовий рівень.

Матеріали та методи. Однією з перспективних форм навчання в Україні виступає дуальна освіта.

Для отримання якісної вищої освіти, в якій вдало поєднані теоретичний та практичний блоки фахової підготовки, потрібно сформувати комплексний методологічний підхід до імплементації та реалізації дуальної форми навчання.

Результати. Мета діяльності з удосконалення професійної підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 071 Облік і оподаткування на бакалаврському та магістерському рівнях полягає у підготовці конкурентоспроможних фахівців відповідного профілю, що є:

- компетентними у прийнятті обґрунтованих стратегічних та оперативних рішень у сфері обліку, звітності, аналізу, контролю та оподаткування;

- здатними вирішувати перспективні завдання та виконувати роль новаторів, які спроможні стати осередком концентрації інноваційних, креативних підходів щодо підвищення ефективності суб'єктів господарської діяльності.

Результативні кроки у сфері реорганізації підготовки фахівців з обліку та оподаткування в умовах переходу України до МСБО та МСФЗ та позитивний досвід провідних країн світу підтверджують важливість впровадження дуальної форми навчання. Концепція дуальної форми здобуття освіти передбачає: модернізацію освітньо-професійних програм; підвищення якості підготовки фахівців; зближення освіти з вимогами ринку праці; посилення ролі та впливу роботодавців на освіту; підвищення мотивації до навчання серед учнів та студентів; зростання рівня зайнятості молоді. Дуальна освіта передбачає розробку навчальних планів лише після того, як потенційний роботодавець сформує повний перелік компетенцій, якими має володіти майбутній фахівець. У разі належного аналізу потреб ринку праці підготовка має відбуватися лише за тими спеціальностями, які будуть потрібні через два-три роки, що наперед усуває такі проблеми цього ринку, як надлишок одних фахівців і дефіцит інших.

Висновок. Здобуття освіти за дуальною формою дозволить: наблизити навчання до практики; перетворити рутинну бюрократичну роботу на креативний цікавий процес; підвищити привабливість роботи в державних органах.

Список використаних джерел

1. Про вищу освіту: Закон України від 01 липня 2014 р. № 1556-VII зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1362382123874458>

2. Офіційний сайт МОН України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/vid-25-do-50-navchannya-na-robochomu-misci-robotodavec-ocinyuye-uchnya-ta-berе-uchast-u-vidbori-na-navchannya-uryad-zatverdiv-koncepciyu-dualnoyi-osviti>

3. Швабій К.І. Дуальна освіта - кадровий стартап для державної служби /К. Швабій// [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://osvita.ua/consultations/65082/>

21.2.

Finance

Chairperson – professor Lada Shirinyan

Secretary – associate professor Svitlana Boiko

21.2.

Фінанси

Голова – професор Лада Шірінян

Секретар – доцент Світлана Бойко

1. Еволюція форм грошей

Вікторія Грицай, Катерина Третяк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день гроші відіграють велику роль у нашому житті. Гроші нам необхідні для всього: за гроші купуємо або орендуємо житло, купуємо одяг, купуємо їжу.

Матеріали і методи. Для виконання даної роботи було використано статті та дослідження з інтернет-джерел. Використанні методи аналізу, узагальнення, системного підходу.

Результати. Для вивчення історії грошей вчені звертались до первісних племен. Дослідивши історію, можна сказати, що перша торгівля та перші гроші виникли у австралійських аборигенів. Під час дружніх зборів племен гості та господарі обмінювалися предметами, які слугували подарунками. Важливим пунктом було дотримання рівності цінності подарунків. Таким чином певні предмети, через деякий час почали набувати особливого статусу, серед них шматки солі та срібні злитки.

В той час, грошима були будь-які предмети, з допомогою яких вимірювалось багатство або без чого неможливо прожити. Для прикладу, кочівники розраховувалися худобою, землероби – зерном, мисливці – шкурою тварин. Ці гроші були досить надійними, але занадто громісткими, тому люди почали думати, чим їх замінити.

Першою менш громісткою валютою стали мушлі каулі, через певну складність їх збору. Дані мушлі водяться лише в кількох місцях. Проте, самі мушлі не мали ніякої цінності. Для того, щоб вони набули цінності, потрібно їх зібрати, висушити, розпиляти, обрізати, просвердити дірочку та нанизати на нитку. Також ціна цих мушлів залежала від їх кольору: найдешевшими були білі мушлі, через те, що їх було найлегше дістати, рожеві – були дорожчими, а червоні – найдорожчими [1].

Досліджуючи історію грошей, було виявлено, що в різних частинах світу були свої предмети, які виконували роль грошей, і з часом вони змінювались: від їжі до виробів із заліза та паперових грошей.

Перші монети з'явилися приблизно у VII столітті до н.е. в Лідії. Називалися вони статерами, а формою нагадували квасолю. Монети із золота мали більшу цінність, а срібні та мідні меншу.

Паперові гроші вперше з'явилися у Китаї. Китайський імператор часто перевозив із собою багато монет, що було не зручно. Тому придумали робити гроші з паперу [2].

На сьогоднішній день популярністю користуються паперові гроші, а в деяких країнах також кредитні картки. Через певний період часу популярність кредитних карток може зрости. В Україні люди поступово переходять на безкарткову оплату, тобто оплату з допомогою технології NFC. Економіка та технології швидко розвиваються, тому цілком можливо, що в майбутньому всі будуть розраховуватись цифровою валютою.

Висновки. Перші гроші з'явилися ще за часів австралійських аборигенів, але тоді вони так не називались. З часом валюта змінювалася і сьогодні вона має паперовий вигляд. Цілком можливо, що у майбутньому цифрова валюта стане основною.

Література

1. Історія грошей. *Ua People*. URL: <http://surl.li/fnrta>.
2. Історія появи і розвитку грошей. *CreditHub*. URL: <http://surl.li/fnsku>.

2. Факторингові послуги банківських установ

Марія Корнієнко, Ганна Роганова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Факторинг є однією з послуг банківських установ, що забезпечує управління фінансовим ризиком та підвищує ліквідність підприємств. Тому, вартим уваги є порівняння умов надання цієї послуги банками України.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано загальнонаукові методи. У якості інформаційної бази виступили данні сайтів банківських установ.

Результати. Першою банківською установою, яка почала надавати послуги факторингу, був банк «Інко». Міністерство зовнішніх зв'язків України спільно з німецьким банком DG Diskontbank GmbH, що спеціалізується на міжнародному факторингу, у 1993-1994 рр. розробили спільну програму розвитку факторингу в Україні. Наприкінці 90-х рр. XX ст. факторингові послуги почав надавати АБ «Укрсоцбанк», представляючи їх як альтернативу звичайному банківському кредитуванню [1, с. 34]. За даними 2020 р. орієнтовно половину таких послуг надає ПУМБ. Стосовно інших банківських установ статистика наступна: ОТП – 10%, Укрексімбанк – 8%, Альфа-Банк та Райффайзен Банк – по 6%, Банк Восток – 5%, решта сукупно – 15%.

Станом на початок 2023 р. порівнюючи дані мінімальної суми ліміту (табл. 1), обмеження є тільки у ОТП Банку, а саме – 4 млн грн, у ПУМБі та Укрексімбанку ця сума визначається індивідуально. Найкоротший термін пропонує Укрексімбанк, найдовший термін – ОТП. ПУМБ надає можливість пролонгації за потреби. Щодо авансового платежу, лідером є банк ПУМБ, оскільки він пропонує до 95% вартості відвантаженої продукції, що є найбільшим значенням з поміж усіх інших. Порівнюючи тривалість відстрочки платежу, банк ПУМБ працює з найбільшим терміном відстрочки – до 240 к.д. ОТП Банк та Укрексімбанк працюють із терміном до 120 к.д. Користуватися послугою факторингу в ОТП Банку можливо при дотриманні деяких вимог, які суттєво обмежують кількість підприємств. Банки ПУМБ та Укрексімбанк пропонують факторинг як з регресом, так і без регресу.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця факторингових послуг банків

Банк	Мін. сума ліміту	Термін ліміту	Авансовий платіж (від суми поставки)	Днів відстрочки	Вид факторингу
ОТП банк	4 млн. грн.	1-3 роки	до 80%	від 14 до 120 к.д.	з регресом
ПУМБ	залежить від обсягу поставок	до 18 міс. з пролонгацією	до 95%	до 240 к.д.	з / без регресу
Укрексім банк		до 12 міс.	до 90%	Від 15 до 120 к.д.	з / без регресу

Висновки. Найкращі факторингові послуги надає ПУМБ, оскільки його умови мають значну перевагу над іншими установами. Решті банків слід переглянути умови надання послуг задля покращення своєї конкурентоспроможності на ринку.

Література

1. Дерев'янюк С.І. (2020). Факторинг в Україні: стан та перспективи розвитку. АООС. Мистецтво наукової думки. 10. С. 34-40.

3. Реформування податкового адміністрування ПДВ

Олександр Рирак, Максим Чаванець

Білоцерківський інститут економіки та управління, Біла Церква, Україна

Вступ. Податкове адміністрування ПДВ в Україні містить окремі суперечності, що визначаються його провідною роллю у формуванні доходів Державного бюджету України та складністю адміністрування податку. Це продукує перегляд та реформування адміністрування ПДВ.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано загальнонаукові методи.

Результати. Основними напрямками реформування ПДВ після набуття чинності Податкового кодексу стали:

2014 р. – збільшення критичної суми для реєстрації осіб як платників податку з 300 тис. грн до 1 млн грн, розширення об'єкта оподаткування за рахунок лікарських засобів, медичних виробів та/або медичного обладнання та введення ставки ПДВ у розмірі 7%,

2015 р. – запроваджено Єдиний реєстр податкових накладних для контролю податкових зобов'язань та податкового кредиту підприємств,

2020 р. – реформування автоматизованого моніторингу відповідності ПН/РК критеріям оцінки ступеня ризиковості здійснення операцій, ризиковості платника ПДВ, позитивної податкової історії платника ПДВ відповідно до Порядку зупинення реєстрації податкової накладної/розрахунку коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних, затверджений постановою КМУ від 11.12.2019 р. № 1165, розширення об'єкта оподаткування за рахунок послуг із показу (проведення) театральних, оперних, балетних, музичних, концертних, хореографічних, лялькових, циркових, звукових, світлових та інших вистав, постановок, виступів професійних мистецьких колективів, артистичних груп, акторів та артистів (виконавців), кінематографічних прем'єр, культурно-мистецьких заходів, розповсюдження, демонстрування, публічного сповіщення і публічного показу фільмів тощо; послуг із тимчасового розміщення (проживання), що надаються готелями і подібними засобами тимчасового розміщення за ставкою ПДВ у розмірі 7%,

2021 р. – реформування підходів до оподаткування операцій з постачання на митній території України та ввезення на митну територію України сільськогосподарської продукції (за такими кодами згідно з УКТ ЗЕД: 1001, 1003, 1005, 1201, 1205, 1206 00) та введення ставки ПДВ у розмірі 14%, розширення об'єкта оподаткування за рахунок реалізації квитків на спортивні заходи всеукраїнського та міжнародного рівнів за ставкою ПДВ у розмірі 7%.

Висновки. Податок на додану вартість є основним бюджетоутворюючим податком в Україні. Саме цей податок викликає найбільші труднощі в адмініструванні та становить суттєву загрозу податковій стабільності. У 2014 році загальна сума операцій з постачання товарів/послуг збільшена з 300 тис. грн до 1 млн. грн. У 2015 році запроваджено Єдиний реєстр податкових накладних для контролю податкових зобов'язань та податкового кредиту підприємств. У 2019 році затверджено порядок зупинення реєстрації податкових накладних в Єдиному реєстрі податкових накладних та формується позитивна податкова історія.

Література

1. Boiko S., Nehrey M., Davydenko N., Karbivskiy V. Tax Sustainability in Ukraine: A Case of Agricultural Companies. *Economies*. 2023. №11. 6. <https://doi.org/10.3390/economies11010006>

4. Фінансове забезпечення потреб розвитку м. Києва

Глафіра Білецька, Світлана Бойко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Актуальним питанням фінансової науки та практики бюджетного менеджменту є пошук напрямів удосконалення формування дохідної частини місцевих бюджетів, в тому числі бюджету м. Києва та оптимізація фінансування відповідно до пріоритетних завдань соціально-економічного розвитку громади.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні методи.

Результати. Джерелами фінансового забезпечення потреб розвитку м. Києва, відповідно до чинного законодавства є доходи бюджету м. Києва та залучені кошти у формі внутрішнього та зовнішнього фінансування. Проведемо аналіз кожної зі складових фінансового забезпечення потреб розвитку м. Києва. Динаміка доходів бюджету м. Києва вказує на позитивну динаміку загального обсягу доходів без урахування міжбюджетних трансфертів у 2016-2021 рр., коли загальний обсяг доходів без урахування міжбюджетних трансфертів зріс у 1,9 разів за рахунок збільшення у 2017 р. на 19,60%, у 2018 р. – 19,23%, у 2019 р. – 16,29%, у 2020 р. – 2,07%, у 2021 р. – 11,58%.

Динаміка загального обсягу доходів з урахування міжбюджетних трансфертів як кінцевого показника місцевого бюджету відрізняється від динаміки загального обсягу доходів без урахування міжбюджетних трансфертів як за розміром, так і за напрямом. Доходи бюджету м. Києва з урахування міжбюджетних трансфертів зросли у 1,6 разів за рахунок збільшення у 2017 р. на 26,05%, у 2018 р. – 17,15%, у 2019 р. – 5,67%. У 2020 р. доходи бюджету м. Києва з урахування міжбюджетних трансфертів зменшилися 3,72%, що становить 2 246 млн грн та підтверджує невідповідність динаміки двох показників. Варто відмітити, що перевиконання дохідної частини бюджету м. Києва варто відмітити, відбулося, в першу чергу, за рахунок перевиконання податкових та неподаткових надходжень.

Рівень виконання планових податкових надходжень коливався на рівні від 0,23% до 3,10%, неподаткових надходжень – від 19,35% до 167,34%. За обома групами доходів бюджету м. Києва відбулося зменшення рівня перевиконання надходжень на кінець 2020 р., що вказує на покращення методичного та формульного забезпечення планування і прогнозування доходів місцевих бюджетів. За одинадцять місяців 2021 р. дохідна частина недовиконана на 2,3% з урахуванням перевиконання за неподатковими надходженнями (1,6%).

Висновки. Таким чином, для формування фінансових ресурсів бюджету м. Києва притаманне перевиконання планових (затверджених у рішенні Київської «Про бюджет міста Києва КМДА» на відповідний рік) з тенденцією до зменшення показника перевиконання у 2016-2020 рр. у три рази. Основними джерелами фінансового забезпечення м. Києва у 2016-2021 рр. були податок на доходи фізичних осіб, єдиний податок, податок на майно, податок на прибуток підприємств, власні надходження бюджетних установ, акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів, акцизний податок з пального. Близько четвертої частини бюджету фінансувалося за рахунок офіційних трансфертів з Державного бюджету України з перевагою фінансування освітньої субвенції, медичної субвенції, субвенцій, пов'язаних боротьбою з поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2 та її наслідками.

5. Управління фінансовими ризиками підприємства

Захарченко Данііл, Олена Чернелєвська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

На сучасному етапі розвитку особливої актуальності набувають питання розробки та впровадження управління фінансовими ризиками на рівні підприємств з метою забезпечення фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності, рентабельності за оптимального співвідношення дохідності і ризику. Вирішення цих питань значною мірою ускладнюється воєнними діями та територією України.

Методологічну основу роботи складають загальнонаукові принципи і положення фінансів підприємств, а також комплекс методів дослідження, які дозволяють вивчати фінансові ризики: методи спостереження і порівняння, формалізації, узагальнення, систематизації, класифікації, аналізу і синтезу, табличний і графічний, методи кількісного, якісного аналізу.

В роботі розкрито сутність фінансових ризиків підприємства, надано класифікацію фінансових ризиків та факторів формування фінансових ризиків, визначено етапи та складові процесу управління фінансовими ризиками; проведено аналіз фінансового стану та фінансових ризиків, ефективності процесу управління фінансовими ризиками та обґрунтовано шляхи удосконалення управління фінансовими ризиками Львівської кондитерської фабрики «Світоч».

Під фінансовим ризиком розуміють ситуативну характеристику зміни фінансового потоку, яка виникає при відхиленні системи зі стану нормального функціонування в інший стан під впливом комплексу зовнішніх і внутрішніх чинників [1, с. 96].

Організація управління фінансовим ризиком – це система заходів, спрямованих на раціональне поєднання всіх його елементів в єдиній технології процесу управління фінансовим ризиком [2, с. 82].

Обґрунтовано спосіб зниження фінансових ризиків фабрики «Світоч» за допомогою диверсифікації шляхом розподілу ресурсів між різними регіонами розповсюдження та продажу з урахуванням ведення воєнних дій та втрати ринків збуту в межах України; самострахування через формування резерву сумнівних боргів, резерву забезпечення соціальної спрямованості, резерву забезпечення під обтяжливі контракти, податкового резерву, резерву відшкодування комерційних ризиків, резерву під знецінення активів, резервного фонду; страхування фінансових ризиків в СК РЗУ Україна (страхування відповідальності товаровиробника за якість продукції/послуг, страхування небезпечних об'єктів) або за страховою програмою «Власна справа» (комплексне страхування ризиків, страхування переривання підприємницької діяльності, страхування поломки обладнання, відшкодування додаткових витрат) від СК «Уніка».

Література

1. Піскунов Р.О., Москаленко О.В. Фінансовий ризик: генезис поняття та пошук дефініції. *Економічна теорія і право: зб. наук. пр.* Харків: Право, 2021. № 1 (44). С. 85 – 102.

2. Божанова О.В. Управління фінансовими ризиками промислового підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* Серія: Економічні науки. 2015. Випуск 10. Частина 1. С. 80–83

6. Конкурентна позиція страхової компанії та параметри її оцінки

Аліна Іваніна, Лада Шірінян

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкуренція у страховому бізнесі є сукупністю відносин, що складаються не тільки виключно між страховиками, адже кожна страхова компанія функціонує на ринку з неоднорідною масою конкуруючих з нею продавців фінансових послуг (банківських установ, недержавних пенсійних та інвестиційних фондів, лізингових, факторингових компаній тощо), а також з іншими страховиками. Здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними суб'єктами на ринку визначається конкурентоспроможністю [1, с. 1203].

Матеріали і методи. В роботі використовувалися аналіз відносних показників – для аналізу фінансового стану страхової компанії та її рейтингової оцінки, економіко-статистичні – для визначення впливу факторів на конкурентну позицію страхової компанії.

Результати. У світі для визначення конкурентної позиції компанії на ринку широкого розповсюдження отримали рейтингові системи оцінки. Присвоєння рейтингу страховим компаніям – це процес незалежного оцінювання, який здійснюється за визначеними правилами і методикам.

В роботі надано оцінку конкурентній позиції ПрАТ «СК Авангард» серед страхових компаній України. Проведена оцінка конкурентної позиції ПрАТ «СК Авангард» серед компаній, які мають приблизно такий самий обсяг активів показала, що компанія увійшла до п'ятірки в рейтингу серед десяти українських компаній, а отже у своєму сегменті вона є стабільною, фінансово стійкою та надійною.

Висновки. За результатами дослідження з метою удосконалення існуючих методів оцінки конкурентних позицій запропоновано підходи до удосконалення параметрів оцінки конкурентної позиції страхової компанії за групами показників [2, с. 4].

Література

1. Приступа Л. А., Харчук О. Б. Концептуальні засади конкурентоспроможності страхової компанії в сучасному ринковому середовищі. *Економіка і суспільство*. Випуск №13. 2017. С. 1201-1206.
2. Шірінян Л. В., Роганова Г. О. Фінансовий аудит як форма контролю і необхідна умова саморегулювання страховиків на ринку. *Фінансові послуги*. 2019. №4-5. С. 2-10.

7. Діяльність ломбардів як небанківських кредитних установ

Анжела Стрілець, Лада Шірінян

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Одним з найважливіших пріоритетів фінансової політики держави є розвиток ринків небанківських фінансових послуг, зокрема ломбардів.

В роботі проведено порівняльний аналіз діяльності ломбардів з діяльністю інших видів небанківських фінансово-кредитних установ. Ломбарди залишаються одним із найбільш консервативних і стабільних фінансових інститутів.

Проаналізовано динаміку основних економічних показників діяльності ломбардів. Ломбарди надають фінансові кредити під заставу, середній розмір яких за 2021 р. становив 1 544,9 грн. Їх кількість на кінець III кварталу 2021 р. теж зменшилася до 304. Найбільша кількість ломбардів у 2021 р. була зареєстрована в таких областях: м. Київ та Київській обл. (24,4%), Дніпропетровській (14,2%), Донецькій (12%), Харківській (7,7%). тобто за територіальним розподілом ломбарди (юридичні особи) розташовані нерівномірно [1]. Така нерівномірність пояснюється тим, що переважна частка клієнтів ломбардів знаходиться у великих містах.

В обсязі наданих фінансових кредитів за видами застави найбільшу питому вагу займають фінансові кредити під заставу виробів із дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння – 79,4% (3 226,0 млн грн). Лише 8-15% наданих ломбардами кредитів погашаються за рахунок заставного майна, а решта – шляхом звичайного погашення фінансових зобов'язань [1].

Досліджено розвиток ломбардної діяльності в Україні. Друга фінансово-економічна криза в умовах кризи пандемії COVID-19 створила для ломбардів сприятливі умови для розвитку та розширення своєї присутності на ринку фінансових послуг. Про це свідчить зростаюча динаміка всіх основних показників, що характеризують їхню діяльність, зокрема кількості даних установ, сум наданих та погашених кредитів, середнього розміру позик, обсягів статутного капіталу, активів, нерозподіленого прибутку. Впродовж 2019-2021 рр. обсяги наданих ломбардами фінансових кредитів під заставу ювелірних виробів, побутової техніки та іншого майна залишалися відносно незмінними, що свідчить про стійкий нееластичний попит на послуги цих фінансових установ.

Для розвитку ломбардної діяльності в Україні важливим є застосування з боку держави інструментів пруденційного нагляду, що дають змогу суттєво оптимізувати обсяги наглядового навантаження.

Напрямами розвитку ломбардів учасники ринку вважають: відкриття нових відокремлених підрозділів; використання у діяльності ломбарду сучасних рішень – онлайн-оцінка застави та виїзд до клієнта; використання мобільного додатку для оплати відсотків за QR-кодом через онлайн банкінг.

Способами розвитку ломбардів на кредитному ринку України є: зниження відсоткових ставок за заставами; розвиток ломбардами супутніх послуг; поступове зростання процентної ставки протягом місяця з 10 до 30% з метою збільшення шансів повернення клієнтів за своїми речами.

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України. Дані наглядової статистики.
URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#6> (дата звернення: 25.03.2021).

8. Управління фінансовою стійкістю підприємства

Світлана Хрушак, Оксана Толстенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Для визначення фінансової стійкості підприємства та прийняття рішень щодо управління нею важливим є обґрунтування методики її визначення, основних критеріїв та показників її оцінювання, встановлення місця цієї оцінки в системі фінансового аналізу та фінансового менеджменту.

В процесі дослідження використовувалися прийоми аналізу та синтезу, а саме: групування, типізація, порівняння, економіко-математичне моделювання та графічне представлення результатів дослідження.

В роботі розкрито сутність фінансової стійкості підприємства, його фактори, систему показників, стратегію управління та методику оцінки фінансової стійкості підприємства; проведено аналіз господарської діяльності АТ «Київський науково-дослідний та проектно-конструкторський інститут «Енергопроект» (АТ КІЕП), здійснено аналіз його фінансової стійкості та оцінку ймовірності банкрутства; запропоновано заходи щодо підвищення фінансової стійкості АТ «Київський науково-дослідний та проектно-конструкторський інститут «Енергопроект» та розраховано економічний ефект від реалізації запропонованих заходів на підприємстві.

Визначено, що основними шляхами поліпшення управління фінансовою стійкістю, є: розробка моделі розвитку підприємства в умовах фінансової кризи; застосування моделі оптимізації складу джерел формування поповнення оборотних коштів з метою поліпшення ліквідності та прибутковості; запровадження в діяльність АТ КІЕП платіжного календаря з метою оптимізації грошових потоків.

Для ефективного функціонування АТ КІЕП та підвищення ліквідності запропоновано низку заходів серед яких наступні: застосування передоплати та системи знижок, що забезпечить приплив грошових коштів, залучення інвестора та застосування факторингу. За умов застосування факторингу АТ КІЕП досягло б абсолютної ліквідності, тим самим наростило суму грошових коштів та зменшило дебіторську заборгованість. Під час здійснення факторингових операцій дебіторська заборгованість трансформується в наявні кошти, і отже, може бути негайно використана підприємством для виробничих цілей. Отримані грошові кошти можна з користю використати для підприємства з метою їх нарощення, а саме здійснити вигідні інвестиції, направити їх на модернізацію виробництва або покласти на банківський депозит під вигідні умови та високі процентні ставки. Вивільнити грошові кошти можна також шляхом скорочення частки виробничих запасів, що дасть змогу більше інвестувати у виробничу діяльність.

Section 22

Hotel and restaurant business and tourism

Секція 22

Готельно-ресторанний та туристичний бізнес

22.1.

Hotel and restaurant business

Chairperson – associate professor Larysa Sharan

Secretary – associate professor Asiat Abramova

22.1.

Готельно-ресторанна справа

Керівник секції – к.т.н., доцент Лариса Шаран

Секретар секції – к.т.н., доцент Асьят Абрамова

1. Управління невідповідностями та інструменти для вдосконалення систем менеджменту якості в закладах гостинності

Максим Велемець, Наталія Бондар

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. При імplementації системи менеджменту якості в сфері гостинності всі фахівці повинні розуміти, що управління невідповідностями та коригувальні дії – це найбільш важливі складові ефективної системи менеджменту. СУЯ забезпечує засоби ідентифікування дій щодо вирішення передбачених і непередбачених наслідків у постачанні, виробництві продукції та наданні послуг.

Результати. Ключова зміна «парадигми менеджменту» – необхідність перенесення акценту зусиль менеджерів по виявленню невідповідностей та їх усунення на запобігання виникнення цих невідповідностей або принаймні мінімізацію можливості їх появи в ході виробництва продукції/ послуг та реалізації/ надання споживачам в закладах готельно-ресторанного господарства.

Для розробки алгоритмів ефективних процесів керування невідповідностями, які виникають в процесі організаційної та виробничої діяльності готельних підприємств доцільно використовувати загальноприйняті методи та інструменти аналізу кореневих причин невідповідностей та опанувати результативні практики для впровадження коригувальних дій.

Загальну методологію менеджменту якості складають інструменти і методи управління якістю та контролю якості. Інструменти і методи управління якістю поділяють на *класичні методи*, розробниками яких вважають американських учених Е. Демінга, К. Ісікаву, Т. Тагуті (методи статистичного управління якістю; цикл PDCA Plan-Do-Check-Act (плануй-виконуй-контролюй-дій); концепція статистичного управління якістю (TQC – Total Quality Control); концепція постійного покращання якості Дж. Джурана (AQI – Annual Quality Improvement); методи Г. Тагуті) *та сучасні методи* (концепція постійного покращання Кайзен (KAIZEN); метод структурування функції якості QFD – (Quality Function Deployment); концепція Будинку якості (Quality House); методологія «шість сигм»); бенчмаркінг; методи «точно вчасно» (JustinTime); методологія процесно-орієнтованого управління (BPMS – Business Process management System); методологія ABC/ABM (Activity Based Costing/Activity Based Management); методи управління знаннями (Knowledge Management); збалансована система індикаторів ведення бізнесу BSC (Balanced Business Scorecard) і ключові показники ефективності Key Performance Indicators (KPI).

Інструментів, що рекомендуються до використання СУЯ є дуже багато. Серед них виділяють: статистичні методи контролю та управління якістю, до складу яких входять сім простих інструментів та сім нових інструментів якості. До семи класичних інструментів контролю якості відносять: контрольний листок; гістограма; діаграма Парето; метод стратифікації; діаграма розкиду; причинно-наслідкова діаграма Ісікави; контрольна карта. До семи нових інструментів управління якістю – діаграма спорідненості; діаграма зв'язків; деревоподібна діаграма; матрична діаграма; матриця пріоритетів Ейзенхауера; діаграма процесу реалізації програми (PDPC); стрілочна діаграма.

Висновки. Використання класичних і сучасних інструментів оперативного управління якістю для виявлення та аналізу кореневих причин невідповідностей, опанування персоналом готельних підприємств результативними практиками і методами управління якістю для впровадження ефективних коригувальних дій дозволить вдосконалити та поліпшувати систему управління якістю закладу гостинності.

2. Методи управління конфліктами в системі керування людським потенціалом підприємств готельного бізнесу

Ірина Дітріх, Анна Нечипорук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Готельний бізнес – це сфера, де комунікація з людьми не просто обов'язкова складова, а невід'ємна частина функціонування підприємства. Людський потенціал – це те, завдяки чому готельний бізнес працює.

Матеріали та методи. Матеріалом для дослідження стали наукові статті, матеріали науково-практичних конференцій, інтернет-ресурси. У роботі використані такі методи як порівняння, аналіз, теоретичне узагальнення.

Результати. Діяльність засобів розміщення без конфліктів та суперечок неможлива. Адже, кожен працівник та гість є особистістю, яка має свої переконання, ідеї та принципи. Атмосфера, яка панує в колективі безпосередньо впливає на роботу готелю. Саме тому, вкрай важливо правильно та ефективно управляти конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств готельного бізнесу.

Дослідники вважають, що конфлікти повинні існувати, без них неможливий розвиток компанії. Але потрібно правильно їх вирішувати. Управління персоналом здійснюється при допомозі науково розроблених методів. У теорії та практиці управління застосовують три групи методів: адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

Адміністративний метод – це гарантування прав та свобод (закони, стандарти, положення) як працівнику так і підприємству. Економічний – фінансове стимулювання (премії, бонуси та підвищення зарплатні) робітника працювати ефективніше. Соціально – психологічний – формування дружньої атмосфери в колективі, яка дасть можливість колегам пізнати один одного краще, тим самим мінімізує рівень виникнення суперечок [1]. Всі вище наведені методи допомагають вплинути на колектив або окремого працівника для досягнення поставленої цілі, координації його діяльності в процесі виробництва.

Знання – це величезна сила та шлях до успіху. Проте, одного лише знання про існування методів не вистачить щоб скомпонувати роботу колективу. Людина, яка керує підлеглими повинна мати великий досвід вирішення конфліктів і бути обізнаною в сфері психології. Теорія без практики не може існувати, саме тому необхідно відвідувати тренінги та семінари, де можна пропрацювати різні варіанти вирішення проблем.

Для менеджера, який керує персоналом в готельному підприємстві це надзвичайно важливо, адже головною ціллю керівника є створити дружню та ефективну команду, та навчити її вирішувати будь які складні ситуації, які виникатимуть. Тим самим забезпечити безперебійну та професійну роботу цієї команди. Результатом цього стане збільшення кількості задоволених гостей, залучення інвесторів та зростання доходів підприємства.

Висновки. Продуктивна робота над вирішенням суперечок та результативне управління конфліктами в системі керування людським потенціалом надасть можливість підприємству готельного бізнесу працювати безперебійно та злагоджено.

Література

1. Вітомський Ю.Л. Організаційні конфлікти та особливості їх розв'язання/ Ю.Л. Вітомський, Н.В. Наконечна, Л.І. Парашенко // Актуальні проблеми психології, 2019.- Т. IX, Вип. 12 -С.353-364.

3. Influence of the hospitality industry on the development of the national economy

Evelina Zolotareva, Tatiana Nikitina

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The hospitality industry is one of the largest and fastest growing industries in the world. According to the World Travel and Tourism Council, the revenue from the hospitality business in the global economy is 8.6 trillion US dollars in 2022 [1]. The hotel business makes a significant contribution to the country's foreign exchange reserves and provides direct and indirect employment opportunities to a wide segment of the population. Therefore, it is relevant to study the impact of the hospitality industry on the development of the national economy.

Materials and methods. In the process of performing the work, the analysis of Internet resources was used to establish the role of the hospitality industry in the country's economy. The study was conducted using general scientific methods of systematic search, comparison and generalization.

Results. The greatest contribution of the industry to the country's economy is the creation of a large number of new job opportunities. As the hospitality industry develops, the number of vacancies increases. Jobs are created in several related industries such as tourism, cruise industry, airlines, event management, agriculture and food sector, retail, etc. Another significant advantage of this industry is that people with low or no qualifications have a chance to work in a hotel or restaurant. Moreover, the hospitality industry gives a chance to achieve career growth: in a few years from the position of a waiter you can grow to the position of a manager.

The next contribution is the revenue the government receives from the hospitality industry. Consumers invest a lot of money in the organization of their leisure time, namely in food and accommodation. Thus, hotel companies have significant profits and in turn, invest in the further development of the industry.

These enterprises are constantly improving in order to attract more and more consumers. In addition, income is created through the use of various additional services of hotel and restaurant enterprises. Since most often the need for hospitality industry services arises when a person arrives in a new place, money is also spent by consumers on many other human needs. For example, on medicines, clothes, food, transport, entertainment, as well as on souvenirs. It also contributes to the development of various sectors of the country.

All expenses of foreigners using the services of restaurant and hotel business are a source of foreign exchange earnings. Thus, foreign tourists are the best means of bringing foreign currency to the host country. This is largely influenced by the hospitality industry, because accommodation costs account for about 26% of total travel expenses [2].

Conclusions. The influence of the hospitality industry at different stages of economic development depends on the features of each country. The most important economic aspect of the hospitality industry is that the industry contributes to the achievement of three priority goals of any country: income generation, employment and foreign exchange earnings. In this regard, the hotel and restaurant business plays an important role as a driving force of economic development of the national economy.

Literature

1. World Travel and Tourism Council [Electronic resource] - Access mode to the resource: <https://wtc.org/>
2. Average cost of travel [Electronic resource] - Access mode to the resource: <https://www.valuepenguin.com/average-cost-vacation>

4. Використання ABC-аналізу для оптимізації меню у закладах ресторанного господарства

Ольга Дулька, Олена Шидловська, Тетяна Іщенко
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ресторанний бізнес в Україні останніми роками розвивався досить динамічно, проте пандемія COVID-19 та військовий стан вплинули на всі сфери, зокрема готельно-ресторанну.

Матеріали та методи. Проведено аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів щодо методів аналізу меню для закладів ресторанного господарства, які збільшують прибутки підприємств.

Результати. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні характеризуються не лише високими темпами зростання, але й якісними перетвореннями. В умовах політичної та економічної нестабільності вплив різних ризиків значно збільшується, що спричиняє збитковість більшості підприємств і пояснюється суттєвими обмеженнями, зокрема у сфері гостинності.

Основним завданням будь-якого бізнесу є збільшення прибутку і рентабельності. У закладах ресторанного господарства це можна зробити різними методами: розширити виробничі площі, оптимізувати ціни, калькуляційні картки, меню тощо. Водночас, збільшення кількості транзакцій, середнього чеку та, навіть, маржинальності не гарантує зростання чистого прибутку, оскільки фактично грошові кошти надходять від відвідувачів не за атмосферу закладу і рівень обслуговування, а за страви, тобто позиції в меню.

Сучасні ресторани мають як правило розширене меню. Його раціональність є однією з вирішальних для забезпечення результативної діяльності закладу. Найчастіше, саме меню є основною рекламою та меседжем, що привертає увагу відвідувачів. Успішно розроблене меню може значно впливати на корегування цін в ресторанному господарстві та допоможе отримати додатковий прибуток і оптимізувати процеси діяльності закладу. Одним з методів підвищення ефективності у діяльності готельно-ресторанних закладів є ABC-аналіз, який можна використовувати для управління продажами, запасами, ціноутворенням. Цей метод в умовах сьогодення може бути одним з найбільш ефективних аналітичних інструментів у ресторанному бізнесі. За допомогою ABC-аналізу визначається ступінь розподілу певної характеристики між окремими елементами різних множин. Цей метод ґрунтується на «законі Парето» (співвідношеннях «великого пальця»), згідно з яким 20 % від усієї кількості об'єктів дає зазвичай близько 80 % результатів, а внесок решти 80 % становить лише 20 % результату.

ABC-аналіз передбачає:

- аналіз актуальних змін попиту споживачів на страви у меню;
- аналіз собівартості страв у меню та з'ясування причин зростання середнього фудкосту;
- визначення пропозицій, які приносять додатковий прибуток за рахунок великої маржі і тих, що мають потенціал в частині попиту, але потребують доопрацювання;
- визначення позицій, на які можна підвищувати або знижувати ціну та регулювати і змінювати складові.

Висновки. Таким чином, за допомогою впровадження ABC-аналізу меню можна підвищити рентабельність підприємств готельно-ресторанного бізнесу без залучення додаткових капітальних вкладень.

5. Європейські стандарти управління персоналом як фактор забезпечення якості послуг в готельній індустрії

Максим Велемець, Наталія Бондар

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Формування ефективної системи управління людськими ресурсами відповідно до європейських стандартів управління персоналом є одним із основних напрямів для забезпечення її якості. Курс України на європейську інтеграцію визначив, що забезпечення поліпшення якості повинно стати завданням загальнодержавної ваги, а основним шляхом його розв'язання – державна підтримка сучасних методів управління якістю та діловою досконалістю, розроблення і впровадження систем управління якістю, екологічного управління, інших систем управління, принципів всеохоплюючого управління якістю, визнаних у Європі та в світі.

Результати. Державна політика України у сфері управління якістю ґрунтується на таких принципах всеохоплюючого управління якістю TQM (Total Quality Management) як: орієнтація на споживача; провідна роль керівництва у вирішенні питань якості; залучення працівників підприємств до процесів управління якістю; процесний підхід до управління ресурсами і діяльністю підприємств; системний підхід до управління діяльністю підприємств; постійне навчання працівників, впровадження інновацій та вдосконалення виробничих процесів; прийняття рішень з урахуванням конкретних фактів; розвиток партнерських стосунків з постачальниками.

Управління персоналом – це цілеспрямована скоординована діяльність керівників та фахівців щодо формування та ефективного використання трудового потенціалу, яка включає розробку концепції і стратегії кадрової політики, принципів і методів управління персоналом, формування системи управління персоналом.

Аналіз європейських стандартів управління персоналом дає змогу виділити дві групи стандартів. Першу групу стандартів управління персоналом становлять TQM (Total Quality Management) – «система тотального управління якістю», модель EFQM; модель CAF (Common Assessment Framework), стандарти серії ISO 9000; стандарт SA 8000 «Social Accountability» «Соціальна відповідальність», «Investors in People» «Інвестори в людей», оскільки одним із базових принципів їх формування є принцип розвитку персоналу, залучення персоналу до процесів удосконалення та задоволеності персоналу своєю роботою, що напряду впливає на результативність організації.

До другої групи стандартів управління персоналом можна віднести стандарти, які визначають інноваційні концепції, підходи та інструменти впровадження кадрових технологій і найчастіше застосовуються в бізнесі: це управління талантами та лідерством, управління знаннями (корпоративний університет, менторство, наставництво – коучинг), аутстафінг, аутсорсинг (лізинг персоналу), а також скринінг, рекрутинг і хедхантинг, методика LAB-profile тощо.

Сучасна спрямованість інновацій у кадровій сфері пов'язана з такими завданнями як: 1) ефективне навчання і розвиток персоналу; 2) поліпшення робочих взаємин і створення творчого середовища; 3) поліпшення якості трудового життя; 4) стимулювання креативних ідей; 5) звільнення менеджерів від рутинних функцій, краще використання майстерності і здібностей людей; 6) підвищення сприйнятливості та адаптивності персоналу до нововведень; 7) залученість і лояльність персоналу, згуртованість колективу; 8) забезпечення балансу інтересів компанії та співробітника.

Висновки. Управління персоналом повинно стати надзвичайно важливим, стратегічним інструментом трансформування системи управління якістю в діяльності готельних підприємств та функціонувати згідно з прийнятими нормами та цінностями ЄС.

6. Доцільність впровадження комплексу реабілітаційних послуг для дітей в засобі розміщення

Іляна Горбач, Лариса Шаран, Андрій Шаран

Національний університет харчових технологій, м. Київ

Вступ. В умовах нестабільного сьогодення кількість українців, зокрема дітей, які мають легкі порушення нервової системи зростає. В першу чергу набуття тривожних станів людини розпочалися з розповсюдження пандемії коронавірусу, яка стала причиною введення жорстких карантинних обмежень не тільки в Україні, але й у багатьох країнах світу [1].

Ускладнення психологічних станів організму спостерігається від початку війни рф проти України, яка триває уже близько року і є величезним випробуванням для кожного українця не залежно від місця свого перебування.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу і узагальнення отриманих даних.

Результати. На основі проведеного літературного аналізу було встановлено, що тривожність організму як проблема характерна для кожної восьмої дитини [2]. Нормалізувати душевний стан організму без застосування лікувальної терапії можливо лише на ранніх стадіях за рахунок впровадження реабілітаційного комплексу вправ.

Для комфортного перебування та відновлення дітей пропонуємо дану інновацію впровадити в сімейному готелі, який буде розташований у м. Києві на березі річки Дніпро.

Подолання тривожних станів у дітей у засобі розміщення буде відбуватися за рахунок поєднання альтернативних заходів, які будуть базуватися на наступних принципах:

по-перше, рівновага внутрішнього стану людини досягається відповідно за рахунок підбору відповідного дизайну приміщення: кольорова гама та оздоблення номерів і т.п. Важливим аспектом дизайну є наповнення його емоційно-позитивними барвами. Дизайн повинен бути психологічно і фізіологічно комфортним та стимулювати бажання повертатися, знаходитись й проводити час у даному приміщенні. Надважливим елементом у дизайні є його колірне вирішення. Світлий та природній кольори стін, підлоги, обладнання та меблів активно впливають на процес сприйняття дитиною, створюють розслаблену чи напружену атмосферу, стимулюють розумову діяльність та впливають на фізіологічне самопочуття.

по-друге, підбір комплексу або програм відновлюючих вправ: фізичні навантаження, тренінги, ігрові заняття, ароматерапія, арт-терапія і т.п. Для нормалізації тривожного стану у малечі в закладі гостинності буде запропоновано комплекс спеціалізованих послуг, який буде складатися з різних програм залежно від її вікової категорії та наявної проблеми зі здоров'ям. Для впровадження цих програм буде залучено висококваліфікований персонал, а саме психологи, тренери та нутриціолог.

по-третє, оскільки на внутрішню рівновагу організму впливає регулярне надходження вітамінів групи В, мінеральних речовин Mg і т.п., розробка спеціалізованого дитячого меню збалансованого за вмістом нутрієнтів, які мають заспокійливу дію.

по-четверте, підвищена безпечність та надійна захищеність закладу гостинності від різних безпекових факторів.

Висновок. Отже, впровадження комплексу реабілітаційних послуг для дітей з підвищеною тривожністю у засобах розміщення є дієвим кроком для відновлення моральних станів нації та розвитку підприємств індустрії гостинності у після військовий час.

Література

1. Тривожні розлади в дітей: коли емоції шкодять [Електронний ресурс] – <https://childdevelop.com.ua/articles/psychology/7449/>.

2. Як навчити дитину справлятися із тривожністю? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.the-village.com.ua/village/children/children/286861-yak-navchiti-ditinu-vporatisya-iz-trivozhnistyu>.

7. The impact of the hotel and restaurant business on the economic development of the country

Marina Tchaikovska, Tetiana Nikitina

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The global pandemic of COVID-19 has led to negative consequences for the hotel and restaurant business all over the world. Decrease in the intensity of not only international, but also domestic tourism adversely affected the hotel business, and strict quarantine restrictions in a number of countries led to the closure or bankruptcy of thousands restaurant establishments. In European countries, this aspect has become the most striking manifestation of the economic crisis.

Materials and methods. Internet resources were used as material for this research. During the study of the impact of the hotel and restaurant business on the development of the country's economy, such methods as descriptive-analytical and analysis methods were used.

Results and discussion. The hotel and restaurant business stimulates the development of the country's economy as a whole, because due to the hotel and restaurant sector, it is possible to develop not only related industries, such as agriculture, but also the food industry, construction, and instrumentation. In the modern economy, the service sector is considered as one of the most productive. During the research we identified the main aspects of the influence of the hospitality sector on the country's economy, they are: the creation and maintenance of a competitive environment that affects the increase in supply and the formation of consumer demand, the provision of more workplaces and, as a result, the reduction of unemployment, the increase in labor productivity and capital.

The hotel and restaurant sector plays an important role in supporting local economies. Recently, more restaurants attached to hotels began to purchase products from local farmers, which actively affected the development of small businesses. In addition, hospitality enterprises create a material base for the formation of tourist infrastructure. Consequently, the development of tourism increases the economic development of the country as a whole through foreign exchange earnings.

As of 2021, hospitality sector in Ukraine reached 0.7% of GDP (38,002 million UAH). This indicator would be even higher and could be more than 1% of GDP (which would make it one of the most significant for the economy), if the country did not have to overcome the harmful effects of the global pandemic and acts of hostile aggression. For comparison, it must be noted that all agriculture, fisheries and forestry in Ukraine as of 2021 collectively accounted for 10.6% of GDP [1].

Conclusions. The effective functioning of the hotel and restaurant business is a prerequisite for the activation of international relations, the integration of the country into the world community, and improvements in the spheres of economic and social activity. The hotel and restaurant business is one of the main drivers of the formation of aggregate demand, and its harmonious functioning is an important basis for ensuring macroeconomic stability in the country. This area is distinguished by relatively small amounts of initial capital investment, a high level of profitability, and therefore is an attractive sector of the economy for further investment.

References.

1. State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. – Access: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Economic impacts of the hotel industry: an input-output analysis [Electronic resource]. - Access: [researchgate.net/publication/277728275](https://www.researchgate.net/publication/277728275)

8. Amaranth as a valuable raw material for culinary products

Iryna Bereziuk, Olena Tyshchenko, Vita Tsyrunnikova

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Amaranthus is a significant nutritional crop whose edible starchy seeds are eaten as cereals. It classified as pseudocereals, but it is used as cereals in the baked goods, pasta, noodles, pancake, biscuits, cookies, snacks and other culinary products. Nowadays, it is also called a thirdmillennium crop plant, because of important nutritional and prophylactic properties. It can be a cheap alternative grain crop rich in proteins and nutrients for developing countries.

Materials and methods. Investigated samples are amaranth grains of different trademarks. Nutrition facts and health benefits were viewed theoretically for amaranth. Calculation method was used to determine the % Daily value.

Results. Amaranthus is used as a suitable plant raw material that may provide high quality proteins, dietary fibres, unsaturated fatty acids as omega-3 and omega-6, and other biological valuable components. This pseudo cereal is rich in high-quality protein when compared to true cereals, especially the essential amino acid lysine. Total digestibility of cooked grain is about 90 %.

Starch is the main component of amaranth grain, but also high content of dietary fibre, low in lipids, simple sugars, and gluten-free. The fatty acids of amaranth oil are presented by 70 % of oleic and linoleic acids, about 20 % of stearic acid, and traces of linolenic acid. This pseudocereal is in high content of such micronutrients as Pantothenic acid, Riboflavin, vitamin B₆, vitamin C, Iron, Magnesium, Manganese, Phosphorus, Zinc.

We analysed nutrient composition of amaranth grain of such trademarks as: PeruvianONE Superfoods, Zdorovo and Ekorod. Recommended daily intake of nutrients and energy was taken for calculation: protein – 61 g, lipids – 62 g, carbohydrates – 300 g, dietary fibre – 25 g, sugars – 50 g, energy value – 2 000 kcal.

Table 1 – Comparative analysis of amaranth grain of different trademarks

Nutrition facts	Sample					
	TM PeruvianONE Superfoods		TM Zdorovo		TM Ekorod	
	Content	%Daily	Content	%Daily	Content	%Daily
Protein, g	12,8	21	13,56	22,2	13,6	22,3
Total Carbohydrates, g	69,1	23	68,55	22,9	65,3	21,8
Dietary Fibre, g	9,3	37,2	6,7	26,8	6,7	26,8
Total Sugars, g	2,0	4	-	-	1,7	3,4
Total Fat, g	6,6	10,6	7,02	11,3	7,0	11,3
Energy value, kcal	343	17,2	371	18,6	371	18,6

The possible health benefits include reducing cholesterol and blood glucose levels, exerting an antitumor activity, preventing anemia, enhancing immune system, decreasing inflammation, fights diabetes. Amaranth are an excellent dietary source of antioxidants like tocopherols, polyphenols, phenolic acids, ascorbic acid, and protect against oxidative stress.

Conclusions. Amaranth is well-balanced crop grain with functional properties that assurance medicinal benefits to human health. Amaranth is considered as a “super food” with relevant and unique nutraceutical values, and it is recommended for everyday diet for kids, adolescents and adults.

9. Альтернативні кавові напої для СПА-готелів

Анна Новік, Ольга Дулька, Олена Шидловська
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Більшість опитувань свідчать, що кавові напої є визначальними за об'ємами споживання. Насьогодні існують аналоги кави, які можуть надати енергією та бадьорість організму людини. Такі напої поширені у закладах ресторанного господарства.

Матеріали та методи. Під час досліджень проведено аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів щодо використання стимулюючих напоїв у готельно-ресторанному господарстві.

Результати. Попит на каву в Україні є стабільним і практично не змінюється з часом. Однак, при цьому з кожним роком спостерігається збільшення попиту на HoReCa з інших сегментів готельно-ресторанного бізнесу. Разом з цим розвивається культура споживання кави, що можна пояснити тим, що український ринок незважаючи на воєнний стан досить успішно розвивається.

Кава цінується споживачами завдяки її стимулюючій дії, що обумовлено вмістом алкалоїдів кофеїну та теоброміну. Вона є найпопулярнішим напоєм і традиційно щоранку жителі планети випивають біля 1,6 млрд чашок цього напою.

Однак, альтернативою є використання заміників, які б могли заміщувати каву у повсякденному раціоні. Такими заміниками може бути матча, гуарана.

Матча – це японській чай якій за вмістом кофеїну подібний до кави. Цей напій бадьорить і за смаковими якостями не поступається їй. За правильної обробки листя матчі зберігають антиоксидантні речовини, вітаміни та мають оригінальний мінеральний склад.

Гуарана – це бразильська ліана, плоди якої перемелюють в порошок і використовують як енергетик. На відміну від традиційного кофеїну, гуарана діє на організм м'яко, тому її тонізуюча діє триває довше – 6-8 год і не перезбуджує організм. Містить таніни та антиоксиданти, які знижують ризик серцево-судинних захворювань, зменшують ріст та розмноження бактерій, зменшують проблеми з травленням.

Використання кави та напоїв які містять високий рівень кофеїну, який здатний чинити вплив на фізіологічні механізми є обмеженими для людей, які мають протипоказання. Тому актуальним в індустрії гостинності є використання заміників кави, які не містять кофеїну та здатні задоволення потреб кожного гостя. Альтернативною сировиною для заміни кави можна вважати – кавозамінники. Серед відомих заміників кави можна виділити:

- смажені зерна злаків (ячмінь, пшениця, жито, овес);
- коріння (цикорій, кульбаба, буряк, топінамбур, батат, чуфа);
- насіння (каштан, дуб, бук, дерен, груша, баобаб, ріжкове дерево);
- плоди (глід).

Іншими напоями із подібним впливом на організм людини є настій з імбирю, лате з буряка. Настой з імбирю не містять кофеїну, але здатні стимулювати розвиток нервової системи людини, прискорювати обмін речовин і стимулювати кровообіг.

Висновки. Досліджено заміники кави, як напоїв щоденного вживання. Рекомендовано досліджувати напої аналоги кави та напої з традиційним кавовим смаком але без вмісту кофеїну, для заміни кави у використанні в СПА-готелях, зокрема з метою розширення меню у фіто-барах.

10. Здорове харчування в закладах ресторанного господарства

Аліна Ковтун, Олег Бортнічук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Однією з найголовніших цінностей людини є її здоров'я. На його стан впливає багато різноманітних факторів, одним з основних яких є харчування. Адже, саме харчування розпочинається з моменту народження і тому повинно бути раціональним, збалансованим та забезпечувати фізіологічні потреби людського організму. За даними вітчизняних фізіологів здоров'я на 40-45% залежить від способу харчування [1]. Правильне, здорове харчування сприяє росту і розвитку організму, забезпечує нормальний фізичний і психічний розвиток дітей, дозволяє підвищувати імунітет та більшою мірою захищає від погіршення екологічного стану середовища [2].

Результати. Харчування – це той показник, який ми можемо коригувати забезпечуючи наш організм в більшій чи меншій мірі білками, жирами, вуглеводами, мінеральними речовинами, вітамінами, тощо [3]. Сьогодні, здоровий глузд людини, бореться з традиційними звичками харчування на швидкоруч і змушує людей задуматися над цінністю власного здоров'я. Оскільки більшість таких хвороб – зайва вага, цукровий діабет, гіпертонія, артеріосклероз, алергії, захворювання печінки, нирок, шлунку, стоматологічні захворювання є далеко не повним списком хвороб на які страждає сучасна людина, які зумовлені насамперед неправильним харчуванням. Тому, сьогодні практично кожна людина має свідомо ставитися до організації свого харчування для уникнення більшості з перелічених захворювань [2]. В Європі активно задумуються над прививанням здорових навичок та зміцнення здоров'я людини за допомогою правильного харчування. Зокрема в Італії декілька років діє програма по сертифікації їжі в закладах ресторанного господарства. Місцеві заклади харчування які хочуть отримати дозвіл на розроблення меню здорового харчування мають отримати «Блакитний сертифікат». Отримавши цей сертифікат для закладів харчування загорасться зелене світло оскільки люди, які спробували здоровий спосіб харчування отримують позитивне враження та естетичне задоволення. Адже, використання в стравах великої кількості зелені, фруктів, овочів, риби дозволяє розробити унікальне меню за своїми смаковими та корисними властивостями [4].

Для розширення закладів здорового харчування в Європі, більшість фермерів, які постачають сировину в заклади харчування дотримуються правил її екологічного вирощування. Для цього проводять підготовку ґрунтів збагачуючи їх природніми добривами, які містять в своєму складі необхідні мінеральні речовини, що забезпечують ріст та розвиток ґрунтових рослин. Після дозрівання та збирання плодів вся сировина проходить відповідний контроль та лише потім отримує сертифікат про якість сировини або «Блакитний сертифікат» і направляється у заклади харчування. Для відвідувачів, які хочуть дотримуватися раціону здорового харчування, персонал закладу може готувати комплексні сніданки, обіди та вечерю на замовлення. Прораховуючи кількість поживних речовин, які засвоюються організмом людини після споживання тієї чи іншої страви.

За останні роки кількість закладів ресторанного господарства корисної їжі по всій Європі щорічно збільшується до 300 оскільки люди підтримують формат здорового харчування рис.1.

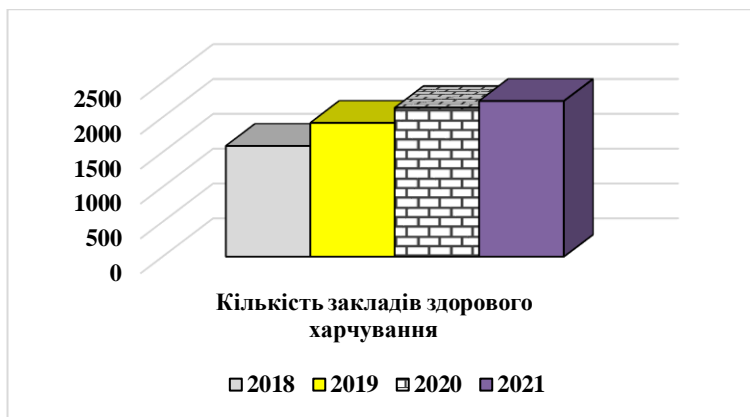


Рис. 1 – Кількість закладів орієнтованих на здорове харчування в Європі за 2018-2021 р

На відмінно від Європи в Україні також з'являються заклади ресторанного господарства, з різними концепціями: веганство, сиродієння, редуковане харчування, роздільне харчування, тощо. Загалом такі заклади невеликі і мають обмежений асортимент спеціального меню, адже лише близько 40 % населення України активно підтримує формат здорового харчування. Найбільше таких закладів є у м. Київ, м. Харків, м. Львів. В умовах нинішнього часу по при пандемію та війну заклади ресторанного господарства, що позиціонують себе як заклади здорового харчування продовжують активно працювати. Наразі у м. Київ функціонують такі заклади здорового харчування: Krasivo est, Fish Fetish, Bali bowl café, Zigzag, Azian bowl, 108 food and yoga та інші. Ці заклади готують корисну та смачну їжу лише з відбірної сировини.

Більшість страв в меню запозичено із європейських та середземноморських країн, особливість яких полягає в тому, що вони складаються з великої кількості зелені, сезонних овочів та фруктів. Також ці страви містять мінімальну спецій, що надає їм ще більшої натуральності.

Висновок. Отже, завдяки правильному підходу людини, щодо дотримання раціонального, повноцінного харчування виникає потреба у збільшенні закладів ресторанного господарства, які будуть спрямовувати свою діяльність на розширення асортименту корисних страв з врахуванням всіх нутріцевтичних складових продуктів харчування та дотримання відповідних технологій їх приготування.

Література

1. Здорове харчування – здорова нація. <https://www.ses.lviv.ua> > documents > food.
2. Харчування: dtv-Atlas: пер. з нім. / Худож. Йорг Майр; Наук. Ред.. пер.: В.Г. Передерій, Ю.Г. Григоров. – К.: Знання-Прес, 2004 – 183 с.
3. Кобець О.С. Харчові волокна, як невід'ємна складова раціону харчування / О.С. Кобець, А.В. Гавриш, В.Ф. Доценко // Нові ідеї в харчовій науці – нові продукти харчовій промисловості: програми і матеріали Міжнародної наукової конференції, 13-17 жовтня 2014 р. – Київ : НУХТ, 2014 р. – С.611.
4. Данько Н.І. Перспективи розвитку закладів здорового харчування на ринку ресторанних послуг міста Харків / Н.І. Данько, А.О. Чубаха // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 10. 2019 р. – С.200-208.

11. Вплив інфляції на діяльність підприємств індустрії гостинності

Микола Бобак, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інфляція впливає практично на кожен бізнес у всіх галузях, але особливо страждають малі підприємства в ресторанній, гостинній та туристичній сферах. Тому **актуальним** є дослідження впливу інфляції на діяльність підприємств індустрії гостинності.

Матеріали і методи. Дослідження було проведено з допомогою загальнонаукових методів аналізу, системного пошуку, порівняння та узагальнення.

Результати. Сьогодні вплив інфляції на готельно-ресторанний бізнес виражається в тому, що суспільство втрачає платоспроможність, тим самим попит на послуги індустрії гостинності стрімко скорочується, оскільки існує взаємозв'язок між рівнем платоспроможності населення та попитом на ці послуги. Пандемія COVID-19, війна в Україні призвели до того що люди заощаджують гроші, інвестуючи їх в речі, які не втратять ціну з роками. Тому готельно-ресторанний бізнес, що не закриває нагальні, першочергові потреби, переживає кризу. У зв'язку з тим, що попит на послуги скорочується, працівники в індустрії гостинності теж підпадають під негативний вплив інфляції. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу скорочують заробітну плату персоналу, звільняють робітників. Через низьку завантаженість номерного фонду готелі і ресторани не можуть утримувати більшість працівників і це загрожує закриттю підприємств.

У зв'язку з подіями останніх років скорочується і навантаження на підприємства ділового призначення. Значна частина готельної індустрії припадає саме на діловий туризм. Під час економічного спаду потреба в ділових поїздках зменшується і це знову негативно впливає на роботу підприємств індустрії гостинності.

Також негативним наслідком надмірної інфляції є те що по-перше інвестиції в проекти по будівництву готелів та ресторанів також скорочуються, що перешкоджає розвитку усєї індустрії. По-друге ціни на туристичні продукти знижуються, а туризм напряму впливає на попит готельної сфери. По-третє через інфляцію люди вимушені жити без планів на далеке майбутнє. Це спричинене тем, що суспільство боїться змін. У результаті зростає попит на дешеві готельні послуги.

Для того щоб залишатися на ринку, підприємства індустрії гостинності мають швидко адаптуватися до умов сьогодення. Менеджерам потрібно встановлювати нижчі, наскільки це можливо, ціни, гарантувати співвідношення ціни та якості готельних та ресторанных послуг а також оптимізувати витрати.

Висновки. Аналіз ринку індустрії гостинності доводить, що зараз галузь переживає тяжкі часи через інфляцію, та ряд подій, що похитнули попит на готельні і ресторанны послуги. Для того, щоб запобігти банкрутству готелів та ресторанів необхідно здійснити ряд заходів таких як оптимізація роботи виробництва та персоналу, встановлення конкурентоспроможних цін на послуги, пристосування до існуючої економічної ситуації в країні.

Література

1. Галасюк С. С. Готельний бізнес в умовах світової фінансової кризи [Електронний ресурс] / Світлана Сергіївна Галасюк. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/galasjuk7.htm.
2. Як глобальна інфляція впливає на індустрію гостинності? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.trginternational.com/effects-global-inflation-hospitality-industry>.

12. Дитячий спортивний спеціалізований табір – сучасний напрям розвитку індустрії дитячого туризму

Крістіна Шестопалова, Олена Шидловська, Тетяна Іщенко
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. З кожним роком дитячий туризм розвивається і стає все більш популярним. Програми відпочинку дітей формуються так, щоб зміцнити здоров'я дітях, розширити їх кругозір та розкрити таланти.

Матеріали і методи. В роботі використані результати досліджень вітчизняних фахівців індустрії гостинності. Для обробки, викладення та узагальнення отриманих даних використаний метод теоретичного узагальнення.

Результати. Протягом 2018-2021 років в Україні спостерігалось збільшення внутрішнього дитячого туризму. Для дитини відпочинок на території своєї країни має переваги – це відсутність мовного бар'єру, мінімальність кліматичних змін, можливість відвідування її батьками в будь-який час.

Організувати та урізноманітнити дитячий відпочинок допомагають різні традиційні дитячі установи для оздоровлення та відпочинку. До війни в Україні працювало понад 1400 оздоровчих таборів та дитячих санаторіїв.

В останні роки серед тематичних таборів дедалі більшої популярності набирають спортивні, які дозволяють дітям покращувати свою фізичну форму чи вдосконалювати свої вміння в обраному виді спорту. Аналіз діяльності найвідоміших українських спортивних таборів засвідчив, що таборів для дітей, що займаються художньою гімнастикою майже немає, хоча художня гімнастика в Україні є одним з найпопулярніших видів спорту. Художня гімнастика – це не просто вид спорту, це спорт який гармонійно поєднується з мистецтвом. Гімнастки виступають зі скакалкою, обручем, м'ячем, булавами та стрічкою. В одному виступі гімнастка повинна продемонструвати складні елементи, майстерність роботи з предметом, рухатися у ритмі музики та розкривати образ. Кожен виступ – це окремий спектакль, окрема історія. Тому, вважаємо доречним розширювати мережу дитячих спортивних таборів за рахунок спортивного табору для дівчат, які будуть удосконалювати свою майстерність з художньої гімнастики.

У спортивному таборі пропонуємо передбачати умови для підвищення спортивної майстерності, навчання (протягом навчального року) та відпочинку. Програми спортивної підготовки пропонуємо складати з урахуванням вікових особливостей гімнасток та їх досвіду для груп початкової підготовки, учбово-тренувальних груп та груп вищої спортивної майстерності. У гімнасток повинен бути баланс в фізичних навантаженнях, харчуванні та відпочинку. Грамотна організація спортивного харчування повинна забезпечувати організм дівчат в достатній кількості всіма необхідними поживними речовинами. Гімнасткам необхідно мати достатню мускулатуру тіла, пластичний скелет та м'язи, їх вага повинна бути стабільною. На нашу думку, раціон спортсменів з художньої гімнастики повинен складатися з нежирного м'яса, риби і птиці; молока і кисломолочних продуктів; яєць; бобових. Велике значення має і вид термічної обробки продуктів. Вважаємо, що для дівчат корисними будуть відварні, парні, тушковані страви. Організм спортсменок також потребує регулярного вживання в їжу фруктів і овочів в сирому вигляді та після короткочасної термічної обробки.

Висновки. Отже, розширення спеціалізації спортивних дитячих таборів за рахунок спортивного дитячого табору з сучасними програмами підготовки гімнасток, в якому передбачені умови для підвищення їх спортивної майстерності та навчання впродовж навчального року, є актуальним і доцільним.

13. Використання «Sous Vide» технологій при приготуванні напоїв у барі

Ірина Винник, Ольга Пушка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Поява молекулярної гастрономії у вітчизняних закладах ресторанного господарства є дуже важливим етапом розвитку цієї галузі, адже це сучасний стиль приготування страв та напоїв, інноваційні та вишукані форми подачі, що цікавить як вчених, так і фахівців харчової промисловості.

Матеріали і методи. Методом аналізу літературних даних було досліджено доцільність використання та встановлення перспективності впровадження «Sous Vide» технології у вітчизняних закладах ресторанного господарства.

Результати. Технологія «Sous Vide», що міцно зайняла своє місце на кухні сучасного ресторану, знайшла застосування і за барною стійкою. Цей спосіб приготування в герметичному пакеті при постійній невисокій температурі дозволяє доводити продукт до точно заданого ступеня готовності та зберігати його свіжість та смак.

Було проведено аналіз та встановлено доцільність використання «Sous Vide» технології при приготуванні напоїв в барі. Ця технологія використовується в основному для вилучення ароматів і приготування настоянок. Даний метод дозволяє досягти дуже чистого та свіжого аромату.

Досить популярний спосіб приготування в «Sous Vide» технології сиропу Олео Саккарум (олійний цукровий). Цей сироп використовується у рецептах пуншу. Його можна приготувати, змішавши непроціджений сік і цедру одного лимона з такою ж кількістю цукру. Суміш упаковується у герметичний вакуумний пакет і поміщається у ванну, розігріту «Sous Vide» термостатом до температури 60 °С. Час приготування сиропу – дві години. За аналогічною технологією можна готувати сиропи з інших фруктів. Ще одним фронтом роботи цієї технології у барному виробництві є приготування настоянок. У цій справі «Sous Vide» має кілька переваг. По-перше, у ванні термостат, постійно рівномірно циркулює вода, тому компоненти настоянки, що упаковані у вакуумний пакет, будуть у зваженому стані повільно і акуратно перемішуватися протягом всього процесу приготування. Крім того, герметична упаковка не дає компонентам настоянки випаровуватися. Але найголовнішою перевагою «Sous Vide» при приготуванні є швидкість. Зазвичай процес виробництва настоянки займає від кількох днів до тижнів і навіть місяців. За цією технологією настоянка може бути приготовлена за кілька годин.

Висновки. При розробці нових коктейлів та напоїв для бармена важливо забезпечити сталість смаку. Незамінною для цього є технологія «Sous Vide». Точно задана температура, яка підтримується протягом певного часу, без людського фактору. Суміші, настоянки та сиропи, приготовлені з цією технологією будуть зовсім незначно відрізнятися на смак.

Підсумовуючи проведені дослідження, встановлено переваги використання «Sous Vide» технології у барі: покращення органолептичних показників; скорочення тривалості приготування напоїв. Впровадження «Sous Vide» технології дозволить забезпечити високий рівень організації технологічного процесу.

Література.

1. Рока Дж. Кухня «Sous-Vide» / Ж. Рока, С. Брюг. – Барселона: Montagud Editores, 2005. – 192 с.
2. Келлер Т. Під тиском: Готуємо «Sous Vide» / Т. Келлер. – Ремісник, 2008. – 295 с.

14. Робота готельних підприємств за умов воєнного стану

Вікторія Доктор, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Готельний бізнес в Україні не встиг повністю оговтатися від жорсткого удару всесвітньої пандемії, як з'явилося нове випробування – повномасштабне вторгнення в нашу країну. Воєнний стан сильно похитнув економіку країни в цілому та сферу гостинності зокрема. Втім, складність ситуації саме готельного бізнесу в теперішніх умовах важко переоцінити. Головною проблемою є специфічність надання готельних послуг, оскільки їх не можна законсервувати, виготовити і продати тоді, коли ситуація стане більш стабільною та економічно вигідною.

Матеріали і методи. Матеріалом для дослідження були Інтернет-ресурси: медіа, ділові видання, сайти готельних підприємств. Для дослідження були використані описово-аналітичний метод та метод порівняння.

Результати. У перші місяці повномасштабної війни готельний бізнес на більшості території України завмер. Було скасовано заплановані заходи та поїздки. Велика кількість закладів розміщення була зруйнована чи пошкоджена. Підприємства зазнали значних втрат. При чому не лише матеріальних та фінансових. Галузь втратила один із найважливіших ресурсів – людський. При цьому ситуація на заході країни кардинально відрізняється. Для того, щоб врятуватися від небезпеки сотні тисяч людей переїхали на захід України, тому там готелі були переповнені. Рівень завантаженості готельних підприємств на заході країни почав спадати наприкінці весни.

Незважаючи на складну ситуацію, готельні заклади активно допомагають країні пришвидшити перемогу. Готелі закупляють харчування, засоби гігієни, одяг для ДСНС, ТрО, Національної поліції, НГУ, а також спорядження для своїх співробітників, які пішли служити в ЗСУ. Крім того, засоби розміщення допомагають лікарням, шпиталям, займаються логістикою, забезпечуються виконання термінових запитів від ЗСУ, організовують пункти приймання гуманітарної допомоги тощо.

Наразі незважаючи на продовження дії воєнного стану готельний ринок трохи стабілізується. Заклади розміщення намагаються працювати, нехай і не на повну силу. Вони приймають гостей, сплачують податки, надають допомогу за можливості.

Звісно, після перемоги України готельному бізнесу, як і всій економіці, доведеться ще довго оговтуватися від завданих ушкоджень. Одним із найкращих рішень щодо покращення діяльності готельної галузі буде впровадження державних програм на її підтримку. Це дасть готельним підприємствам змогу відновити втрачені фонди, вдосконалити якісь товарів і послуг, а також залучити більше фахівців до роботи.

Висновки. Отже, готельний бізнес в Україні в умовах воєнного стану зазнав значних випробувань, але продовжує функціонувати на користь держави та наперекір ворогам. Керівники та працівники закладів розміщення не лише забезпечують гостей якісно наданими послугами, а й допомагають країні в боротьбі.

Після перемоги у війні доведеться багато працювати для того, щоб готельні підприємства могли функціонувати та надавати послуги в звичному режимі, і найефективнішим способом допомоги буде створення державних програм для підтримки готельного бізнесу.

15. Food fortification for the correction of vitamin D deficiency

Vita Tsyruhnikova, Olena Tyshchenko, Oleh Bortnichuk, Anastasiia Riznyk
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Human health depends significantly on the quality and structure of nutrition, so the food industry comes to the aid of medicine. The development of the production of fortified products is an urgent challenge today, because these products are able to have a prophylactic effect on the human body.

Materials and methods. Food fortification have been viewed theoretically.

Results. Vitamin D deficiency is one of the global medical and social problems of humanity, which according to the World Health Organization has the character of a non-infectious-metabolic pandemic of the XXI century. Since vitamin D is an integral regulator of the transcriptional activity of genes that control 3-5% of the human genome, its significant role in the functioning of the human body is multifaceted. Vitamin D deficiency causes not only pathologies of the bone system, but also the development of obesity, diabetes, hypertension, inflammation, autoimmune and oncological pathologies, reproductive health disorders. Overcoming hypovitaminosis D is relevant both for the whole world and for Ukraine in particular, since the normal level of vitamin D in blood plasma is registered only in 4,6%, insufficiency – in 13,6%, deficiency – in 81,8% of the country's residents.

Food fortification is the practice of purposefully increasing the content of vitamins and trace elements in food to improve the nutritional qualities of food and have a positive effect on people's health, and, as a result, reduce the state's health care costs and improve the overall efficiency of the economy. Development of technologies of fortified food products for mass consumption and their introduction into production with the aim of helping to solve the modern scientific and practical problems of public health protection caused by deficiency and insufficiency of vitamin D.

Main objectives of scientific investigations are the following: justify the dosage and the method of adding the selected fortifiers to the composition of the products; develop recipes and scientifically substantiate the technologies of fortified products for mass consumption for the purpose of prevention and correction of vitamin D deficiency; develop projects of regulatory documentation for new types of fortified food products; organize epidemiological studies to study the prevalence of deficiency and insufficiency of vitamin D in the population of Ukraine; organize clinical studies to study the effectiveness and safety of fortification of food products for the purpose of prevention and correction of vitamin D deficiency; to establish the social significance of innovative fortified food products based on their physiological effectiveness in clinical conditions; improve the existing and develop new algorithms for the correction of vitamin D deficiency and vitamin D deficiency, which take into account the initial level of vitamin D in the body, the reaction to the applied prevention/treatment with the possibility of their dynamic correction; increasing the quality and volume of educational and informational work; o carrying out scientific and methodical activities.

Expanding the range of fortified food products, the consumption of which by the population will allow to adjust the status of vitamin D in the most physiological way. Establishing the effectiveness and safety of using fortified food products to correct the level of vitamin D₃ for the population, maintaining a stable average daily intake of vitamin D without the risk of its overdose.

Conclusions. Fortified products of the food industry can fully ensure the prevention of foodborne diseases, the amount of nutrients adequate to the body's needs, high efficiency and complete safety.

16. Перспективи організації равликової ферми при готельному підприємстві

Яна Загрійчук, Асвят Абрамова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Україна – це держава, яка має потужний рекреаційний потенціал, що є вагомим чинником для розвитку як внутрішнього так і зовнішнього туризму. І, відповідно, така стратегія потребує розвиненої інфраструктури регіонів, в т.ч. і наявності сучасних конкурентоспроможних готелів.

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

Результати. Одним з факторів, що визначає конкурентоспроможність готельних підприємств та аналогічних засобів розміщення – це диверсифікація (розширення) додаткових послуг. Доцільним є запроваджувати нові додаткові послуги залежно від профілю та спеціалізації готельного підприємства. Що дозволить задовольнити потреби основного контингенту споживачів готельного продукту, залежно від типізації підприємства.

В рекреаційних та курортних зонах доцільним проектувати SPA- , Wellness-готелі та засоби розміщення для сімейного відпочинку, тощо. У вказаних типах готельних підприємств як в Україні, так і у світі серед додаткових послуг зазвичай надаються наступні послуги: фітнес-зали, СПА-комплекси, лазні та сауни, ресторани та кафе з правильним харчуванням, басейни та спортивні майданчики, парки з природними ресурсами – а також послуги, спрямовані на ментальне здоров'я людини – культурні програми, тренінги психологічного здоров'я, сеанси йоги, медитації, консультації, просвітництво та інше.

Нами запропоновано спроектувати готельне підприємство, яке матиме власну равликову ферму. Що дозволить значно розширити додаткові послуги в проєктованому готелі, в тому числі гастрономічного характеру, косметологічного та навіть культурно-пізнавального типу.

Загалом, геліокультура в Україні стрімко набирає обертів і з кожним роком в різних регіонах з'являються нові равликові ферми. При розведенні равликів на базі фермерського господарства рентабельність такого бізнесу може досягати 100-300%.

Загалом, щороку європейці (зокрема Франція, Іспанія, Португалія, Бельгія, Німеччина, Італія, Греція, Швейцарія) з'їдають кілька сотень тисяч тон равликів, при цьому попит на них залишається стабільно високим і навіть не задоволеним. В Україні культура споживання цих молюсків розвинута мало, а самі равлики — це поки що є екзотикою. Однак в Україні підприємства HoReCa з кожним роком збільшують закупівельну норму равликової продукції.

В проєктованому готельному підприємстві будуть передбачені різноманітні послуги, як основні так і додаткові пов'язані з геліокультурою. Насамперед, доречним є впровадити косметологічні процедури та равликотерапію з використанням ахатинів: спеціалізований масаж обличчя, видалення акне та пігментних плям. Також доречним є створення екскурсійних програм на равликову ферму та розроблення ряду майстер-класів (зокрема, для дорослих заняття з особливостей приготування равликів, а для дітей розмальовування прикрас з мушлі равлика). Безумовно одним з основних аспектів майбутнього засобу розміщення буде фірмове концептуальне меню, з різноманітними стравами з равликів (закусок, холодних, перших та других страв).

Висновки. Організація равликової ферми при засобі розміщення дозволить запропонувати гостям унікальний готельний продукт з широким асортиментом додаткових послуг пізнавального, гастрономічного та оздоровчого характеру.

17. Організація івент-заходів в готельно-ресторанному господарстві

Анна Назарчук, Ольга Пушка, Оксана Арпуль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Організація івент-заходів є важливою складовою готельно-ресторанного господарства, яка вимагає відповідального та професійного підходу до планування та виконання всіх етапів заходу. Цей процес включає в себе такі етапи, як визначення потреб та побажань гостей, вибір місця проведення заходу, підготовку меню, декорування приміщення, розміщення гостей та багато іншого.

Матеріали та методи. Для дослідження матеріалами стали Інтернет ресурси. Використані аналіз літератури про івент-заходи та їх організацію в готельно-ресторанному господарстві. Також аналіз результатів попередніх івент-заходів, проведених у ресторанах та готелях.

Результати. Організація івент-заходів є складним процесом, який включає в себе багато етапів. Для успішної організації івент-заходів в готельно-ресторанному господарстві необхідно виконати наступні кроки:

1. Визначення потреб та побажань замовника. Для цього необхідно встановити контакт та вивчити всі його побажання та вимоги.
2. Визначення оптимального місця проведення, яке задовольнить потреби та вимоги події, її учасників та гостей.
3. Підготувати меню: меню повинно відповідати тематиці заходу, необхідно враховувати алергії, діету та інші особливості гостей.
4. Декорувати приміщення: декорації повинні створювати відповідну атмосферу та допомагати відтворити задуманий стиль заходу.
5. Розмістити гостей: необхідно розробити оптимальну схему розміщення гостей та врахувати особливості заходу. Наприклад, для конференції можна використовувати розкладні столи, а для святкування – круглі столи.
6. Забезпечити належний рівень сервісу: персонал готельно-ресторанного господарства повинен забезпечити високий рівень обслуговування гостей та виконати всі їхні примхи та запити.
7. Запланувати розклад заходу : визначення часу проведення заходу, порядку виступів, розваг та інших елементів програми.

Персонал є невід'ємним та ключовим елементом успішної організації заходів в готельно-ресторанному господарстві. Івентор, який є фахівцем у плануванні, організації та проведенні івент проєктів, є основним працівником в організації заходів. Він має великий досвід у творчих, технічних та організаційних питаннях івент бізнесу. Зокрема, важливе значення має залучення тимчасового персоналу, який може виконувати роль оплачуваних працівників або волонтерів. Отже, управління персоналом є ключовим етапом у плануванні та організації івент-заходів в готельно-ресторанному господарстві.

Висновки. Організація івент-заходів в готельно-ресторанному господарстві допомагає залучити нові ідеї та інновації в роботу закладу, збільшити креативність та професійні здібності працівників. Крім того, вона допомагає залучити нових гостей та забезпечувати їх задоволення від відвідування закладу.

Література

1. С.А. Александрова, О.М. Радіонова, І.В. Писарева Організація дозвілля в сфері туризму та готельного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Users/Аня/Downloads/1175-Текст%20статті-1130-1-10-20220412.pdf>

18. Сучасні тенденції готельно-ресторанного бізнесу України під час воєнного стану

Ольга Козаченко, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Через воєнний стан готельно-ресторанний бізнес України значно скоротився: багато підприємств не працюють через недостатню гарантію безпеки, через низький рівень попиту, з технічних причин чи через зруйнування від обстрілів. В той же час, підприємства готельно-ресторанного бізнесу намагаються оптимізувати свою роботу в сучасних складних умовах.

Матеріали і методи. Використано описово-аналітичний метод при вивченні готельно-ресторанного бізнесу під час воєнного стану.

Результати. Сьогодні готельні підприємства мають низький попит на свої послуги. Готелі, що не припинили свою роботу, прийняли новий формат організації праці, в той же час забезпечуючи гідний рівень надання послуг та безпеку для гостей. Через те що персонал засобів розміщення намагався поїхати в безпечніше місце, організація праці готелів проводилася з мінімальною кількістю працівників. Основною проблемою є те як організувати роботу при низькому попиті на готельно-ресторанні послуги. Ще однією проблемою для готелів стало руйнування ланцюгів постачання. Комендантська година також негативно вплинула на роботу закладів гостинності. Ускладнились процеси поселення та виселення, в результаті – на денну зміну покладається найбільше навантаження. З середини жовтня з'явилась додаткова проблема – відключення електроенергії. Ресторани, бари та інші заклади ресторанного господарства також постраждали від комендантської години. Під час ракетної небезпеки деякі послуги в готелі призупиняються. Це окремий пункт у роботі підприємств, що запровадили посилені стандарти безпеки. Для прикладу, готель «Hilton» в Києві організував бомбосховище на підземному паркінгу, де гості зможуть знаходитися в разі небезпеки. Також вони сповіщають гостей про повітряні тривоги та їх відбої. При заселенні нових гостей адміністрація готелю інформує їх про обов'язкові дії під час повітряної тривоги. На разі, для забезпечення постійного електропостачання заклади готельно-ресторанного господарства встановлюють генератори, системи постійного зв'язку по типу «Starlink».

Висновки. На сьогоднішній день, аналізуючи ринок готельних послуг, можна сказати, що ситуація починає стабілізуватися. Заклади гостинності все ж працюють, залучають відвідувачів, мають змогу сплачувати податки та в результаті отримують незначний, але прибуток. Незважаючи на складнощі в країні, нині формується відкладений попит на внутрішній туризм. У найближчі роки туристичні послуги будуть мати попит у західних областях України. Для того, щоб гості не порушували час комендантської години та не залишали територію готелю, задля їхнього комфорту, пропонуємо зробити цілодобове обслуговування в ресторани та бари готелю. Для підтримки психологічного стану гостей можна також відкрити вакансію спеціаліста, що допоможе віднайти душевний спокій та рівновагу в цей непростий для нас час.

Література

1. Встояти під час війни: як працюють готелі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://commercialproperty.ua/analitics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuyut-goteli-ukraini/>

2. Як війна в Україні вплинула на готельний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsvya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033>

19. Імідж уніформи співробітників готелю

Раїса Матюшенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ринкова трансформація економіки України, наявність конкуренції, актуалізують необхідність використання в готельному господарстві маркетингових технологій, одним з елементів яких є формування корпоративного іміджу.

Матеріали і методи. Проблема формування корпоративного іміджу є однією з найменш дослідженою темою у вітчизняній практиці. Окремі аспекти розвитку індустрії висвітлені у наукових працях Т. Ткаченко, Д. Уокера, В. Азар, Р. Браймера та іншими. Але інформація в рамках даної проблеми, обмежується рекомендаціями по формуванню фірмового стилю, що далеко не розкриває глибину і важливість даного питання, а також розкриття проблем політичного іміджмейкерства чи іміджу.

Результати. В умовах зростання рівня якості надання послуг готельного господарства піклуються про формування іміджу, складовою якого є формений одяг – важливий елемент єдиного стилю, окремих працівників і готелю в цілому. Формений одяг, що повинен створити позитивне враження для споживачів послуг закладів готельного господарства має відповідати ергономічним та естетичним вимогам якості. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що імідж фірми є чинником, що впливає на її конкурентоспроможність, маркетингову позицію, ціноутворення, та імідж її продукції, тобто на всі сфери життєдіяльності компанії.

Метою уніформи одягу на підприємствах готельного господарства повинно бути надання максимального комфорту персоналу, форма повинна захищати і відповідати нормам безпеки на виробництві, а також створення презентабельного вигляду співробітників. Костюм має бути зручним і подобатися власнику, бо від цього залежить його працездатність. Для співробітників готелю встановлено два основних типи уніформи: класична і ексклюзивна. Класична уніформа, це костюмна група двійка чи трійка, сорочка, яка може відрізнитися формою коміра, в залежності чи одягається краватка чи «метелик». Якщо готель має свій фірмовий колір, то уніформа виготовляється із тканин такого кольору з врахуванням його відтінків і з логотипом закладу. Створення «ексклюзивних» моделей уніформи виникає у випадку, якщо стиль та дизайн закладу пов'язані з відповідною концепцією, тобто з літературним персонажем, національним чи історичним напрямом.

Для працівників всіх ланок підприємства уніформа має першочергове значення у формуванні іміджу готельного підприємства. Суттєво те, що уніформа персоналу як *брендінг* повинна відповідати формату закладу і підтримувати загальну концепцію. Єдині стандарти одягу привносять в колектив *командний дух*, відчуття належності до однієї команди, яка працює на загальний результат. Але використання невдалої форми має зворотний ефект, така форма змушує співробітників відчувати себе некомфортно і безглуздо. Кожен працівник в уніформі може розглядатися як «обличчя» підприємства, за яким судять про персонал і в цілому про підприємство.

У багатьох випадках спецодяг стає не просто уніформою, а своєрідним символом організації, свого роду візитною картою, по якій можна без зусиль визначити до якої компанії належить співробітник. В зв'язку з цим можна сказати, що уніформа є необхідною складовою для успішної роботи компанії.

Висновки. В останній час спецодяг відіграє важливу роль, змінилось ставлення до нього з боку держави, роботодавців а також і дизайнерів одягу. Бо він підкреслює статус компанії, сприяє підвищенню корпоративного духу співробітників, допомагає виконувати їм свої обов'язки з більшою ефективністю та натхненням.

20. Аналіз попиту на споживання солодких страв під час сніданків у готелях

Романюк Ангеліна, Пушка Ольга, Оксана Арпуль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Солодкі страви мають особливе значення у харчуванні людини, оскільки окрім забезпечення організму поживними речовинами, здатні покращувати настрій, що важливо під час першого прийому їжі. При готелях сніданки представлені «шведською лінією» та мають не достатньо широкий асортимент продукції для забезпечення гастрономічних потреб людей, що страждають на цукровий діабет.

Матеріали та методи. Методом соціологічного опитування досліджено попит на споживання солодких страв у національних та вітчизняних готелях м. Києва.

Результати. На території України функціонує лише декілька санаторіїв призначених для людей, що хворіють на цукровий діабет, які розташовані на заході України. Слід відзначити, що люди хворіють і в інших регіонах України та, безперечно, повинні мати можливість зупинитись у готельних підприємствах, де вони мали б змогу отримати послугу харчування з урахуванням особливостей діабетичного харчування. Наразі на підприємствах гостинності існують спеціальні станції для вегетаріанської їжі, для безглютенової чи безлактозної їжі, але відсутні станції для діабетичного харчування.

Дослідивши організацію солодких страв при сніданках у двох п'ятизіркових готелях ділового призначення м. Києва та проаналізувавши їх асортимент, було виявлено схильність до сезонних свіжих плодів та ягід, солодких каш, свіжих компотів, страв з кисломолочного сиру, таких як сирники та млинці з сиром, а також до борошняних солодких страв: млинці та панкейки. Провівши опитування гостей у готелях (табл.1) було виявлено, що серед запропонованих під час сніданків страв, найбільшою популярністю серед споживачів користуються: сирники, панкейки та запіканки.

Таблиця 1 – Результати опитування серед постояльців готельних послуг

Найменування страви	Вибір страв респондентів у готелях	
	Готель №1	Готель №2
Сирники	25	74
Млинці з кисломолочним сиром	13	20
Запіканка	20	48
Каша молочна	5	18
Свіжі плоди та ягоди	17	33
Панкейки	23	59

Виходячи з отриманих даних, саме ці страви було обрано для удосконалення технології шляхом заміни цукру на цукрозамінники та підсолджувачі.

Висновки. Підприємства готельного господарства потребують розширення асортименту діабетичних солодких страв для меню сніданків при готелях. Шляхом удосконалення нутрієнтного складу обраних солодких страв можна досягти вилучення легкозасвоюваних вуглеводів, у вигляді сахарози, що не засвоюється при цукровому діабеті. Таким чином, запропоновані страви можуть цілком задовольнити гастрономічні потреби людей, що страждають цукровим діабетом, не обмежуючи їх у споживанні солодких страв.

Література

1. Романюк А.В., Пушка О.С., Сильчук Т.А. Розроблення дієтичних страв для меню сніданків при готелях. Економіка та суспільство. 2022. № 44.

21. Шляхи концептуального розвитку закладів гостинності

Артем Ущановський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Незважаючи на виклики сьогодення, сфера гостинності постійно розвивається та удосконалюється. Власники закладів «борються» за кожного гостя, залучаючи нові методи організації та роботи закладів, в тому числі розробляючи нові концепції.

Матеріали і методи. В роботі використані результати досліджень вітчизняних та закордонних фахівців індустрії гостинності. Для обробки, викладення та узагальнення отриманої інформації використані методи системного пошуку, аналізу та синтезу.

Результати. Позитивний результат та робота закладу гостинності полягає у розробці спеціальної концепції, в основу якої входять: ключова ідея та етапи її послідовної реалізації, перспективні напрямки діяльності закладу, тощо.

Концептуальні основи діяльності закладів гостинності повинні базуватися на визначенні основної ідеї функціонування, з урахуванням орієнтації на конкретний сегмент споживача.

Для успішної реалізації цієї концепції власникам закладів гостинності необхідно забезпечувати виконання наступних складових:

- контингент потенційних споживачів (мешканці міста, військовослужбовці, переселенці, постійні відвідувачі готелю чи то ресторану, тощо), що мають певний рівень доходів та готові витратити кошти в даному закладі гостинності;
- кулінарна концепція закладу з урахуванням напряму та специфіки кухні (авторська, аутентична, креативна, веганська, тощо);
- тип та формат закладу гостинності (готельний чи ресторанный заклад, комплекс, доставка (кейтеринг), тощо);
- інтер'єр та дизайн закладу гостинності (національного формату, лофт, тощо).

Також досить важливою складовою є обслуговування гостей, тому власники закладів повинні постійно моніторити ситуацію на ринку та впроваджувати діджиталізацію послуг (розвивати службу доставки, розробляти та активно використовувати сторінки закладів гостинності в соціальних мережах, створювати меню та можливість розрахунку за допомогою QR-кодів, тощо).

Висновки. Отже, можна стверджувати, що найбільш перспективною є діяльність закладів гостинності, яка орієнтована на впровадження сучасних концептуальних складових. Все це надає унікальну можливість власнику закладу зорієнтуватися в ринковому середовищі та визначити потенційний продукт або послугу, дослідити смаки, вподобання споживачів, що найбільш задовольнятиме їхні потреби, в умовах сьогодення.

Реалізація концепції потребує додаткового фінансування, матеріальних та трудових ресурсів. Тому використання інноваційної концепції сприятиме розвитку закладу гостинності та збільшенню попиту серед споживачів, що в свою чергу принесе прибутки для власника.

Література

1. Гакова, М. В. (2021). Концептуальні підходи до управління персоналом підприємств готельно-ресторанного господарства. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки»*, (4 (66)). С.130-134.

22. Проблеми готельно-ресторанного бізнесу України

Анна Марчанчин, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сфера обслуговування України постійно стикається із труднощами. Проте останні роки були вкрай важкими. Український бізнес зазнав великих втрат, спершу через Covid-19, наразі ще й війна. Тому сьогодні актуальним є не тільки виявлення сучасних проблем готельно-ресторанного бізнесу, а і надання пропозицій що до їх подолання.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано інформативно-аналітичні методи, методи узагальнення та синтезу.

Результати. До основних проблем готельно-ресторанного бізнесу України, які були ще до карантинних обмежень Covid-19 та військового стану в країні, науковці відносять [1, с.90]: відсутність ефективної реклами; недостатньо високий рівень обслуговування, застарілі специфіка та методи управління; застосування недосконалих технологій; відсутність на ринку достатньої кількості кадрів, що мають необхідну кваліфікацію; низька якість пропонованого набору послуг, на якому відбивається незадовільний стан готельних та ресторанных будівель, що вимагають поточного або капітального ремонту.

Відколи розпочалась пандемія Covid-19, з'явилися значніші проблеми, такі як зменшення кількості відвідувачів, а під час локдауну відсутність гостей, закриття кордонів та скорочення доходів.

Після повномасштабного вторгнення російських військ в Україну, сфера обслуговування знову зазнала втрат. У східних областях велика частка підприємств припинила свою діяльність. Основні проблеми діючих підприємств: відсутність облаштованих місць укриття, комендантська година яка обмежує час праці закладу, а також нестабільне електропостачання та доступ до Інтернету.

Наразі керівникам готельно-ресторанних бізнесів слід використовувати більш ефективні методи управління, а саме: чіткий розподіл праці, додержання дисципліни та порядку. Для здобуття та підтвердження кваліфікації співробітникам підприємств варто проводити курси, тренінги та навчання.

Важливою складовою успішного ведення бізнесу є постійне оновлення та вдосконалення пропонованих послуг, впровадження інноваційних технологій.

Для підвищення доходів та покращення іміджу закладам необхідно застосовувати ефективну рекламу (створення вебсайтів, залучення SMM-спеціалістів, співпраця з блогерами).

В теперішніх реаліях підприємствам потрібно облаштовувати або ж будувати місця укриття, а також встановлювати генератори чи сонячні батареї.

Висновки. На сьогоднішній день в умовах військового стану заклади готельно-ресторанного господарства ведуть активну боротьбу за кожного гостя. Для успішного існування на ринку необхідно постійно знаходити нові варіанти удосконалення якості обслуговування та надання послуг.

Література

1.Александрова В.О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу / В. О. Александрова // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 90. – Режим доступу : <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33904>

23. Організація кальянного кейтерингу в Україні

Олександра Скибіна, Ольга Пушка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Кейтеринг - це комплексна послуга з організації харчування, оренди обладнання, роботи офіціантів, кухарів на заході в будь-якому місці. Існує кілька класифікацій кейтерингу залежно від місця проведення заходу, статусу клієнта, способу його обслуговування та інших особливостей і умов.

Матеріали та методи. Методом аналізу літературних даних було досліджено стан та перспективи розвитку кальянного кейтерингу в Україні.

Результати. Кальянному бізнесу, що успішно розвивається, в Україні довелося перебудуватися після введення урядом законопроекту про заборону на будь-яке куріння в громадських місцях. Антитютюновий закон №1978, який набув чинності з 11 липня 2022 року, поширився також на кальяни. І заборона, і ситуація з коронавірусом завдали сильного удару по кальянному бізнесу. Безліч кальянних не витримали та закрили бізнес. У той же час, низка підприємців пристосувалися і навіть повністю перейшли до кальянного кейтерингу — виїзних послуг кальянників на території замовника та оренди кальянів.

Кальянний кейтеринг - мабуть, це єдиний вид кейтерингу, який не має нічого спільного з ресторанным бізнесом. Компанія в цьому випадку не займається приготуванням їжі. Вона доставляє до місця проведення заходу кальян з додатковими пристроями та тютюновими сумішами на будь-який смак. Все це організовує фахівець, який виїжджає на сервіс.

Послуги кейтерингових кальянних компаній користуються великою популярністю як у корпоративних, так і приватних клієнтів. Кальянний кейтеринг - послуга, що дозволяє:

- Запросити досвідчених кальянників в будь-яке місце;
- Отримати професійне обладнання (кальяни, різні сорти тютюну, вугілля), розраховане на кількість присутніх;
- Розслабитися на м'яких подушках, спілкуючись із друзями за філіжанкою кави і неквапливо покуруючи дбайливо підготовлений кальян.

У світі є багато компаній, які надають послуги кальянного кейтерингу. Популярність послуги останніми роками різко зросла. Майстер здатний створити понад 30 ароматів та смаків кальяну, урізноманітнити відчуття додаванням до нього вина, молока, соків, запропонувати окремий мундштук кожному гостю та зробити чашу із фруктів.

Все це робить процес куріння цивілізованим та зручним, піднімаючи рейтинг кальянного кейтерингу. Також, до послуги кальянного кейтерингу входить безлімітні заміни тютюну, постійний контроль жару та дотримання дезінфекції кальянів.

Висновки. Кальянний кейтеринг – відносно нова та незвичайна послуга, поширена у великих містах. Замовляючи кальянний кейтеринг, замовник отримує якісну послугу приготування та обслуговування кальянів для гостей.

Кальянний кейтеринг набирає обертів, стаючи однією з перспективних послуг над ринком.

24. Штучний інтелект як інновація в готельно-ресторанному бізнесі

Ганна Тімченко, Тетяна Сильчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Готельно-ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем конкуренції, що має за мету максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей. За останні декілька років конкуренція на готельно-ресторанному ринку зростає, тому необхідно постійно підвищувати рівень сервісу, вдосконалювати і модернізувати підприємства готельно-ресторанного бізнесу, задля залучення нових гостей та забезпечення позитивного іміджу закладу.

Матеріали і методи. В час тотальної автоматизації та штучного інтелекту, варто вводити сучасні інновації. Активно почали розвиватися інтерактивні технології, все більше рестораторів замислюються про інтеграцію технологій для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці. Ми пропонуємо запровадити таку інновацію, як робототехніка - автоматичний пристрій, штучний інтелект, який буде працювати з гостями, зокрема видавати замовлення.

Результати. На сьогодні, роботизацію розглядають як один з найефективніших методів вирішення проблеми персоналу в майбутньому. Це все дозволяє зменшити затрати робочої сили, що дає можливість скоротити кількість працівників, та собівартість продукції, що призведе до економічного зростання закладу, значної економії та сприятливої цінової політики.

Штучний інтелект вже широко використовується в світі. Він був розроблений для оптимізації та прискорення роботи закладів. Крім того, популярна віртуальна реальність, яка раніше використовувалася для розваги людей, допомагає власникам привертати увагу гостей до закладу. Це буде працювати таким чином: офіціант приймає замовлення і передає на кухню/бар, а після того, як замовлення буде готове, то все виставляють, вказують на який стіл це замовлення, а робот все розносить по столам. Офіціант буде спілкуватися з гостями, цікавитися про враження від закладу та страв/напоїв, а автоматичний пристрій - розносити замовлення. Запровадження такої інновації, як автоматичний пристрій, значно полегшить роботу персоналу, вдосконалив та покращить обслуговування. А також це надасть закладу унікальності та привабливості для споживача, забезпечить його зручностями. Це дуже актуально для закладів з великою посадкою та постійною плинністю гостей, бо зазвичай в такі заклади люди приходять задля того, аби смачно та швидко поїсти.

Висновки. Отже, в умовах постійної конкуренції підприємству потрібно швидко адаптуватись до умов ринку, що потребує впровадження сучасних інновацій. Впровадження штучного інтелекту в закладах ресторанного господарства, допоможе персоналізувати надання послуг, полегшить комунікацію з гостем, підвищить попит на послуги. Сучасні заклади ресторанного господарства потребують постійного оновлення та модернізації.

Література

1. Технології та інновації, які змінюють ресторанный бізнес URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjuyut-restorannij-biznes/>
2. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу URL: <https://newfood.media/2022/01/27/innovatsivni-tekhnologii-u-sferi-restorannoho-biznesu/>
3. Тенденції ресторанных технологій, на які варто звернути увагу в 2023 році URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-technology-trends>

25. Використання енергозберігаючих нанотехнологій в готельній індустрії

Олена Ляшенко, Асвят Абрамова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Готелі по всьому світу докладають значних зусиль, щоб бути більш екологічними. Використовувати стійкі ресурси для будівництва, переробляти матеріали, і т.д., є нескінченні варіанти рішень, щоб мінімізувати вплив на довкілля.

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

Результати. Екологізація готельних підприємств, в тому числі і використання енергоощадних технологій – це актуальний тренд сьогодення як у світі, так і в Україні. Енергоощадні технології дозволять в перспективі зекономити підприємству витрати на комунальні ресурси, що відповідно сприятиме заощадженню значних фінансових коштів.

«Зелені» нанотехнології – це такі технології, в яких використовуються безпечні для довкілля хімічні, технологічні та виробничі процеси, а отримані за їх допомогою наноматеріали не проявляють негативного впливу на організм людини й тварин. Нанотехнології здатні змінити виробничі процеси двома способами:

1. за рахунок швидкого скорочення відходів виробництва й підвищення його ефективності;
2. завдяки використанню наноматеріалів як каталізаторів, що дасть змогу позбутися токсичних і брудних матеріалів, а також кінцевих продуктів.

Готель використовуватиме сонячні панелі, які завдяки застосуванню нанотехнологій вигинаються під інтенсивністю світла. В їх розробці інженери використали полімери, які реагують на світло і тепло. Явище, відоме як фототропізм (зміна напрямку росту рослин під дією однобічного світла), виникає, наприклад, коли рослини самостійно орієнтуються на сонце протягом всього дня.

Розробники створили штучну фототропну систему на основі наноструктурованих полімерів, які реагують на подразники і можуть вирівнюватися, тобто розташовуватися під прямим кутом у напрямку падаючого світла у тривимірному просторі і широкому діапазоні температур».

Коли світло падає під прямим кутом, сонячні панелі генерують найбільше електроенергії. Так, нахил у 75 градусів означає втрату 75% потужності.

Нова система отримала назву SunBOT. Вона здатна самостійно миттєво виявляти і відстежувати джерело світла виключно у спектрі температур без подачі енергії або будь-якого людського втручання. Для цього було використано новий полімер для створення «стебла», на яке мов квітку помістили матеріал, який зазвичай використовується на поверхні сонячних панелей, – як результат, під променями світла полімер починає нагріватися і стискатися, стебло згиналося, підставляючи «квітку» під світло. «SunBots» – штучні соняшники – виявилися ефективнішими в генерації сонячної електроенергії на 400% у порівнянні з матеріалами без фототропізму. Встановлення таких систем в якості фасадних конструкцій в готельних підприємства, дозволить в перспективі значно заощадити на енерговитратах, та доволі швидко окупиться.

Висновки. Нанотехнології сприяють забезпеченню нових можливостей для використання відновлюваних джерел енергії та суттєвого вкладу у виробництво та заощадження енергії. Крім того, ефективне, розумне використання енергії та її невідновлюваних джерел безпосередньо або опосередковано пов'язане зі станом глобальної та регіональної екології.

26. Вплив застосування сучасних клінінгових технологій на зростання прибутку готелю

Анна Нечипорук, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У даний момент людство досягло високого рівню розвитку та комфорту життя, але це все не без шкоди навколишньому середовищу. Кожна розсудлива людина знає, що вже зараз потрібно міняти своє життя і рятувати планету. Остеронь не можуть залишатися й готелі, адже якщо в світі панує така ідеологія як екоциклізм, вони також повинні відповідати цьому.

Готелі повинні йти в ногу з часом і змінюватися для покращення стану нашої планети. Використання в засобів розміщення екоматеріалів, екопродуктів, клінінгових технологій з позначкою «еко» це все з кожним роком вабить все більше гостей, тим самим підвищує доходи готелів.

Матеріали і методи. У роботі були використані такі методи, як аналіз, синтез та порівняння.

Результати. Позичування засобу розміщення як екоготель призводить до того, що саме в цьому готелі надають якісні і більш лояльні до навколишнього середовища послуги. Гості, які ведуть здоровий спосіб життя і переймаються екологією нашої планети, будуть зацікавленими у тому, щоб зупинитися в екоготелі. Отже, попит на готельні послуги почне зростати і, відповідно в готелі збільшиться завантаженість номерного фонду що буде сприяти збільшенню доходу.

Власники готелів, які розуміють, що екоготель – це не просто допомога природі чи людям, це у першу чергу допомога готелю підвищити дохід та прибуток тому активно переходять на використання екозасобів та енергозберігаючу техніку. Адже, при використанні енергозберігаючих технологій витрати електроенергії зменшуються що призводить до скорочення загальних витрат готелю. Наприклад, використання пароочисників при прибиранні готелів і засобів для прибирання з позначкою «еко», дає можливість скоротити витрати і тим самим збільшити свій прибуток. По-перше при використанні цих прийомів зменшується використання часу для прибирання в номері. Пароочисник нагрівається за 30 секунд і вже через 3-5 хв поверхня буде чистою, коли раніше на прибирання ванної кімнати йшло 40 хв з використанням сучасних клінінгових технологій буде йти в середньому 20 хв [1]. Також буде використовуватися менше води для цього прибирання, тобто не потрібно буде змивати товстий шар піни літрами води.

Ще одним плюсом використання еко-засобів під час прибирання номеру, що їх потрібно брати дуже малу кількість для очищення якоїсь поверхні, тобто засобу буде вистачати на довше, купляти потрібно буде у 2 рази рідше і витратити кошти також [2].

Висновки. Отже, використання в готелі клінінгових технологій призводить до скорочення витрат і, відповідно до збільшення доходу і прибутку готелю і зростанню рентабельності діяльності підприємства.

Література

1. Енергоефективність та енергозбереження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://european.ua/news/energoefektivnist-ta-energozberezhennja/>
2. Еко засоби для прибирання: особливості та переваги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.volynpost.com/news/195815-ne-lyshe-efektivna-ale-j-bezpechna-scho-varto-znaty-pro-eko-himiyu-uamet>

27. Шляхи конкурентоспроможності готельних підприємств

Раїса Матюшенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Все більше уваги приділяється вирішенню проблеми розвитку конкуренції, конкурентоспроможності підприємств готельної галузі. Головним для ефективного функціонування сучасних готелів є надання конкурентоспроможної послуги.

Матеріали і методи. Враховуючи ці обставини, виникає потреба у забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності. Внесок у дослідження *методологічних аспектів і методів оцінки видів конкуренції* зроблений науковцями: Р.А. Ратушним, Т.І. Ткаченко, Х.В. Роглевим.. Але конкурентоспроможність готелю не є його постійною характеристикою, а тільки визначає здатність вести боротьбу, тому на визначення шляхів конкурентоздатності направлена досліджувана робота.

Результати. До основних напрямлень аналізу і оцінки конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності належать: оцінка конкурентоспроможності на основі результатів господарській діяльності підприємств; факторний підхід і оцінювання конкурентоспроможності; облік характеру впливу на конкурентоздатність намірів. Одним з основних напрямлень аналізу і оцінки конкурентоспроможності є оцінка конкурентоспроможності на основі результатів господарської діяльності підприємства, яка передбачає розгорнуту систему показників, які висвітлюють окремі сторони і характеристики та фактори конкурентоздатності, які надають додаткові можливості для прогнозування конкурентоздатного підприємства.

Наступне направлення – це факторний підхід до аналізу і оцінки конкурентоздатності, який передбачає не просто виділення окремої сукупності показників, які характеризують конкурентоздатність підприємств в порівнянні з конкурентом. Кожний фактор має тільки йому властиві можливості які можуть змінюватися. Так, інноваційний фактор має вирішальне значення для готельного підприємства. Факторний підхід є особо цінним тому, що показує конкретні сили впливу на конкурентоздатність і розкриває їх повний потенціал.

При аналізі конкурентоздатності, що здійснюється за розглянутими направленнями, переважаючим є економіко-стратегічний метод, який може бути доповнений методом кореляційного аналізу. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств готельного господарства визначається на основі експертної оцінки. Для виміру її необхідна інформація про готельні підприємства, яку отримують в результаті маркетингу аналізу інформації і опитування гостей готелів. Загальна оцінка конкурентоспроможності готелів-конкурентів свідчить, що синтетичним показником конкурентоздатності є доля на ринку, яку займає готель, що підтверджується середньою ціною якості послуг.

Для визначення конкурентоспроможності готелю, формується експертна група із висококваліфікованих спеціалістів в мінімальній кількості п'ять осіб. До обов'язків такої групи входить визначення методики управління, збір і обробка початкових даних для оцінки конкурентоздатності. Потім розраховуються середні показники по всім групам даних досліджень і таким чином формується таблиця балів, яка включає систему факторів оцінки даних конкурентоздатності підприємства.

Висновки. На підвищення конкурентоздатності і підвищення ринкової долі готельного підприємства суттєво впливають фактори постійності і належності якості послуг, які відповідають рівню цін. Якщо рівень надаваних послуг відповідає або перевершує очікуване обслуговування, то гості завжди будуть задоволені його якістю.

28. Роль економічного аналізу в діяльності підприємств індустрії гостинності

Тетяна Пономаренко, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Діяльність будь-якого підприємства, що працює на ринку, залежить від низки факторів впливу – зовнішніх і внутрішніх. До зовнішніх факторів належить зокрема економічна криза в країні. З погіршенням економічної ситуації створюються нові перешкоди для ведення бізнесу. Але з перешкодами також з'являються і нові можливості. Економічний аналіз діяльності підприємства дає змогу побачити і використати ці можливості.

Матеріали і методи. Були використані такі методи наукового дослідження, як аналіз, порівняння та описово-аналітичний методи.

Результати. Економічний аналіз потрібен на всіх стадіях діяльності готельного підприємства. Окрім аналізу поточної роботи готелю, використовують прогнозний аналіз, який дає змогу передбачити економічні результати роботи підприємства у майбутньому. Перспективний економічний аналіз допомагає на початкових стадіях розвитку побачити можливі проблеми і своєчасно їх усунути. Оперативний економічний аналіз контролює поточний процес господарської діяльності. Такий аналіз дає можливість своєчасно виправити несприятливу економічну ситуацію. Якщо в господарській діяльності вже існують недоліки, то допоможе ретроспективний аналіз, який дає оцінку результатів діяльності всіх підрозділів на основі поточних звітів. Таким чином, можна проаналізувати, де необхідно скоротити використання ресурсів, а де навпаки - відкрити додаткові резерви для підвищення ефективності й прибутковості підприємства.

Методи економічного аналізу в сучасних умовах потребують пристосування до нових умов ведення готельного бізнесу. Сучасні тенденції потребують інтенсивного впровадження комп'ютерних інновацій, які значно пришвидшують процес моніторингу економічних змін для їх подальшого аналізу. Введення автоматизованих систем є основним діючим чинником, який надає підприємству змогу ефективно покращити виробничу діяльність і збільшити прибуток.

На теперішній час Україна має велику кількість готельних підприємств, яким не вдалося призвичаїтись до сучасних економічних умов через нестачу фінансових ресурсів та кризи. З'являється необхідність пошуку причин фінансової скрути підприємств, виявлення ймовірності банкрутства.

Завдяки економічному аналізу можливо здійснити превентивні дії, спрямовані на виявлення ранніх стадій банкрутства, а також пошуку виходу з кризисного положення. При використанні економічного аналізу і регулярному моніторингу фінансового положення готельного підприємства, можна з легкістю передбачити кризову ситуацію і сформулювати детальний план дій для подальшої успішної роботи підприємства.

Висновки. Отже, економічний аналіз є ефективним інструментом, який за короткий проміжок часу без надмірних грошових затрат дає можливість виокремити наявні проблеми та запропонувати шляхи їх вирішення. Він є необхідним чинником для забезпечення ефективної діяльності підприємств індустрії гостинності.

Література

1. Економічний аналіз в готельній діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/domybk.htm.

2. Роль економічного аналізу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/827>.

29. Особливості організації VIP-обслуговування в готелях

Раїса Матюшенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Людству протягом усієї багатовікової історії було притаманно прагнення до подорожей з метою розвитку торгівлі, завоювання та освоєння нових земель. Мандрювання - це переміщення людей незалежно від цілі. Різновидом його є туризм.

Матеріали і методи. Розвиток туризму можливий за умов дотримання ряду вимог, це рівень професіоналізму працівників, надання якісних туристських послуг. Основу туристичної діяльності складають готелі, що надають послуги проживання та обслуговування, а організацію віп-обслуговування здійснюють готелі категорії 4 та 5 зірок. Зірковість визначається на основі комплексу вимог до матеріально-технічного забезпечення; номенклатури та якості наданих послуг; рівня обслуговування.

Результати. У готелях вищої категорії прийнято групувати віп-гостей за трьома статусами. Кожному з них відповідає певна цифра чи буква.

До класу «А» (VIP I) відносяться: глави держав, глави урядів та члени їх сімей, короновані особи, глави урядових делегацій, президенти найбільших міжнародних компаній. До класу «В» (VIP II): всесвітньо відомі діячі мистецтва, директори та керівники найбільших світових компаній, члени урядів. До класу «С» (VIP III): гості, які проживають у готелі понад 100 днів протягом попереднього року та гості які жили у готелі понад 30 днів одноразово. Перед заїздом глав держав, обговорюються з представниками делегації умови розміщення на весь період їх перебування: наявність ліній урядового зв'язку, охорони, організації харчування індивідуальними кухарями президентів, меблюванню номерів, їх кольорову гаму, влаштування спальних місць.

Перед заїздом високих гостей номери для них неодноразово перевіряються службами безпеки, також готують і гостьові зони. При зустрічі високих гостей на флагштоках, перед готелем, повинні вивішуватись прапори у наступному порядку: прапор країни за якої прибуває урядова делегація; український прапор; прапор готелю з його логотипом. Прапори повинні бути одного розміру та яскравих кольорів. Композиції з квітів повинні включати кольори національного прапора країни, яку представляє дана офіційна делегація. За день до заїзду віп-персон оформлюють бланк замовлення на обслуговування. Відомості, що містяться в цьому документі, необхідні службам, які задіяні в обслуговуванні. Одна з копій передається до служби обслуговування харчуванням у номерах, інша – флористам для оформлення номера квітами; третя - персоналу номерного фонду для відповідної підготовки номера. Для кожного віп-гостя готують вітальний лист від керівництва готелю з подякою за вибір готелю, та проханням заповнити GSS-карту, це форма індексу задоволеності.

Компліменти, візитівки готелю, частування, розміщують в номері відповідно за встановленими у готелі стандартами так щоб гість зміг відразу їх побачити і відчутти, що йому тут раді. Для виконання побажань гостя на час його проживання в готелі, назначають персонального дворецького. Прибирання номера віп-персон проводиться у години вказані представником делегації.

Напередодні виїзду віп-гостям залишають сувенір з карткою з підписом керівника готелю. При виїзді глав держав тільки після приземлення літака на їх батьківщині знімають державний прапор зі флагштока та починають прибирання виїзного номера.

Висновок. Обслуговування віп-гостей – це найвищий професіоналізм, який вимагає максимального знання своєї справи від всіх служб готелю і від кожного співробітника особисто.

30. Питання розвитку готельних мереж в Україні

Ангеліна Романюк, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Попри нестабільну економічну та політичну ситуацію у світі, готельний бізнес продовжує розвиватися. Проте військові дії в Україні здійснюють негативний вплив на діяльність закладів готельного господарства. Велика кількість готелів були вимушені або скоротити свою діяльність або взагалі піти з ринку. Дана проблема стосується не лише вітчизняних готелів а і тих що входять до світових готельних мереж і працюють на ринку України. Отже **актуальним** є дослідження роботи готельних мереж в Україні враховуючи негативний вплив військового стану на їх бізнес.

Матеріали і методи. Описово-аналітичний метод було використано при дослідженні ринку готельних мереж; метод аналізу, при дослідженні сучасного стану готельних мереж України. Матеріалом для дослідження стали праці вітчизняних та закордонних науковців.

Результати. У середині ХХ століття окремі готелі розпочали об'єднувались у мережі, що значною мірою сприяло стандартизації наданих готельних послуг, що позитивно вплинуло на розвиток міжнародного туризму, оскільки подорожуючі вже заздалегідь мали уявлення про якість наданих послуг готелем в незалежності від його місця розташування. Управління готельними мережами більш економічно вигідне, ніж окремими готелями. Це пов'язано з можливістю проведення єдиної маркетингової компанії та впровадження централізованої підготовки кадрів, що скорочує витрати на підготовку кожного співробітника мережі окремо.

Наразі в Україні працюють лідери світових готельних мереж, такі як: Reikartz Hotel Group, Radisson Blu Hotels&Resorts, Ramada Worldwide, Hilton Hotels & Resorts, InterContinental Hotels Group та ін. Наявність світових готельних мереж на території України значною мірою позитивно впливає на розвиток туристичної сфери, сприяє підвищенню рівня обслуговування, розвитку конкурентоспроможності вітчизняних готелів, створенню нових робочих місць та відіграє важливу роль в економіці держави.

У повоєнний час постане питання відбудови готельного бізнесу. Як показали останні події в Україні, відновити ведення свого бізнесу, після тривалого закриття, легше саме готелям, що входять до складу світових мереж. Вони пов'язані між собою спільним капіталом та управлінським контролем, що сприяє легшому відновленню роботи. Отже, створення в Україні вітчизняних готельних мереж дозволить досягти економії за рахунок масштабу виробництва; підвищення якості менеджменту підприємства та кваліфікації персоналу, фінансового контролю, здійснювати загальне стратегічне керівництво компанією; економії за рахунок скорочення трансакційних витрат; оптимізації оподаткування; за рахунок власної системи бронювання здійснювати стабільну завантаженість готелів що в першу чергу входять до своєї мережі; надавати більш якісну готельну послугу яка є стандартом для певної готельної мережі.

Висновок. Одним зі шляхів подолання кризи та виходу готельного бізнесу України на світовий рівень є розвиток національних готельних мереж. Створення вітчизняних готельних мереж сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готелів на вітчизняному та світовому ринках. Подальший розвиток вітчизняних готельних мереж сприятиме зростанню туристичної та інших споріднених галузей України.

31. Перспективи розвитку ігрового бізнесу в готелях

Дар'я Воробйова, Оксана Кирпиченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Об'єкти розваг виступають одним з важливих елементів індустрії світового туризму – вони є як її складовою, так і фактором стимулювання розвитку. В Україні ігровий туризм знаходиться на початковій стадії формування, здобуваючи своє місце на ринку послуг.

Матеріали і методи. Під час дослідження використовувались загальноприйняті аналітичні методи, виконані з використанням інформаційних технологій, зокрема збір, обробка, узагальнення різноманітних джерел інформації та аналіз теоретичного матеріалу.

Результати. Ігровий туризм (розважальний туризм) – різновид туризму, в якому туристи-учасники, яких називають гравцями, керують ресурсами, даними через ігрові символи, з метою досягнення прибутку та розважальною метою.

Ігровий туризм – це поєднання туристичного та ігрового бізнесу, що охоплює тих гостей, які відвідують місця спеціально для азартних ігор. Вони приваблюють відвідувачів повноцінним відпочинком у готелі, який включає азартні ігри та розваги.

В усьому цивілізованому світі ігорний бізнес поставлений в жорсткі межі – як законодавчі, що природно з точки зору суспільних морально-етичних укладів, а також територіальні, що не менш важливо. В Україні цей вид сфери послуг знаходиться на початковій стадії свого розвитку. У зв'язку з цим постає задача досконалого вивчення сфери азартних ігор і їх впровадження у вітчизняній економіці, перш за все в поєднанні із туристичною сферою.

Закордонний досвід дозволяє виокремити ряд найпопулярніших ігрових розваг.

Гра зі штучним інтелектом. Розвиток ІТ-технологій змінив вже багато сфер, у тому числі і гемблінг-індустрію. Впровадження штучного інтелекту робить гру відповідальнішою та безпечнішою.

Суть зводиться до введення в гру роботів-круп'є, а також інтелектуальних камер, які змогли б розпізнавати підозрілу поведінку гравців, запобігати шахрайству.

Гри в реальному часі. Готель пропонує не виходячи з номеру, за допомогою комп'ютеру, ігри з живим дилером, під час яких можна побачити справжній стіл для гри, який фізично розташований в ігровій залі. Камери та сенсори відстежують рухи дилера, карт, кульки, і таким чином гравець стежить за тим, що відбувається і може реагувати в реальному часі, спілкуватися з дилером, а отже отримати весь спектр позитивних емоцій від соціальної взаємодії під час гри.

3D слоти. Ігрові автомати існують вже понад два століття. Проблемою традиційних слотів була необхідність інтегрувати всю різноманітність комбінацій, виплат і ставок на механічні барабани. Казино шукали можливість зробити ігри більш гнучкими та візуально привабливими, що було враховано з появою 3D слотів.

Віртуальна та доповнена реальність. Впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності в азартних іграх стало тенденцією. Завдяки таким розробкам з'явилися способи брати участь в іграх, які не поступаються офлайн геймінгу.

Аналоги традиційним коштам. Блокчейн та криптовалюта застосовуються у багатьох галузях, включаючи азартні розваги. Методика блокчейну забезпечує прозорість грошових транзакцій. Ігрові платформи на основі блокчейну гарантують збереження коштів та загалом є більш безпечними для гравців.

Висновки. Розваги, основані на азартних іграх, залучають особливу категорію гостей. Завдяки своїй економічній ефективності, різноманітності, можливостям майбутнього розвитку ця галузь заслуговує на увагу та впровадження в готелях.

32. Інформаційні технології як інструмент підвищення ефективності підприємств готельного бізнесу

Анастасія Широбокова, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Застосування інформаційних технологій у діяльності підприємств індустрії гостинності має важливе значення для їх швидкого розвитку, оптимізації витрат та максимізації доходу та прибутку. Тому актуальним є дослідження впливу інформаційних технологій на ефективність діяльності підприємств готельного бізнесу.

Матеріали і методи. Були використані такі методи наукового дослідження як аналіз та порівняння.

Результати. Інформаційні технології пронизують наше повсякденне життя, і стали інтегрованими в повсякденні бізнес-операції в багатьох галузях, включаючи гостинність і готельне господарство. Високошвидкісні програмні додатки інформаційних технологій стали важливою складовою індустрії гостинності. Це означає, що перелік таких завдань, як вибір і бронювання номерів, замовлення, придбання, відстеження платежів, звітування тощо виконується за допомогою додатків. Це допомагає готелю співпрацювати з обмеженою кількістю персоналу, тим самим зменшуючи витрати на фонд оплати праці.

Карантинні обмеження пандемії Covid-19 призвели до зростання попиту на безконтактні технології у світовій індустрії гостинності. Наприклад, безконтактна реєстрація заїзду/виїзду, автоматичне вмикання/вимкнення світла, кондиціонери, команди голосового пошуку, автоматизовані жалюзі, використання цифрової картки меню під час замовлення, безпроблемне сканування QR-коду.

В українському готельному бізнесі також активно використовуються нові інформаційні технології, які дозволяють створити сучасний та зручний продукт для підприємств готельного бізнесу. Поширеними є глобальні системи бронювання, сервіси для комунікації відвідувачів з персоналом та впровадження нових технологій у рестораних закладах при готелях. Розвиток власних застосунків готелю для спілкування з відвідувачами є досить перспективним і важливим. Це допоможе вітчизняним підприємствам готельного бізнесу вийти на новий рівень та стати конкурентними на міжнародному ринку.

Висновки. Безсумнівно, вплив інформаційних технологій на індустрію гостинності має вирішальне значення. Через ріст цифрового співтовариства, керівництво готелів має використовувати все більше нових інформаційних технологій, якщо вони хочуть утримати своїх клієнтів. Адже саме технології надають можливості та інструменти підприємствам гостинного бізнесу, щоб створити незабутні враження клієнтам та допомагають позитивному розвитку галузі. Введення нових інформаційних технологій в підприємства готельного бізнесу України є дуже важливим напрямком їхньої діяльності. Адже це допомагає їм бути конкурентоспроможними не лише на внутрішньому ринку, а й на міжнародному. Також нові технології зменшують витрати та дозволяють отримати додаткові доходи та збільшити ефективність підприємства.

Література.

1. Технології в індустрії гостинності – дослідження останніх тенденцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.aurecongroup.com>
2. I. Ezzaouia, J. Bulchand-Gidumal. «The impact of information technology adoption on hotel performance: Evidence from a developing country». Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. 2022

33. Особливості надання готельних послуг та їх вплив на побудову обліку і аналізу фінансових результатів

Аліна Білик, В'ячеслав Губеня, Юрій Ткачук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Туристична галузь сьогодні стає лідером світової економіки. На частку туризму приходиться приблизно 12% світового валового продукту, більше ніж 30% послуг міжнародної торгівлі, 11% світових споживчих витрат та 7% інвестиційних вкладень в цілому.

Матеріали та методи. Дослідження надання готельних послуг та їх вплив на побудову обліку і аналізу фінансових результатів відбувались за допомогою аналізу, спостереження, порівняння роботи існуючих підприємств гостинності. В дослідженнях вирішувались такі завдання: характеристика обліку доходів від надання готельних послуг у системі управління; аналіз фінансової діяльності готелів; шляхи вдосконалення надання готельних послуг та їх вплив на побудову обліку і аналізу фінансових результатів..

Результати. Комбінації впливу окремих факторів зовнішнього та внутрішнього фінансового середовища роблять можливим диференціювання стратегічних напрямів організації фінансів підприємств з урахуванням їх стратегічної фінансової позиції.

За результатами аналізу фінансового становища готельних підприємств за період 2021-2022 років зроблено висновки, що більшість підприємств мають нестійкий фінансовий стан, порушення платоспроможності та ліквідності. Така характеристика з часом може привести готельні підприємства до ризику банкрутства, тому пропонується здійснювати моніторинг фінансів.

Функціонування системи моніторингу фінансів готельних підприємств повинно відбуватися за рахунок дотримання таких принципів: результативність у досягненні цілей; оцінка відповідності результатів; розрахунок нормативних та планових значень результативності; визначення пріоритету послідовності управління результативністю; орієнтація на майбутнє; своєчасність.

Висновок. На базі результатів аналізу та оцінки фінансової діяльності готельних підприємств, запропоновано систему збалансованих показників в межах якої може здійснюватись формування цільових орієнтирів фінансового менеджменту готельно-ресторанного підприємства. Ефективне використання фінансових ресурсів забезпечує фінансову стійкість та підвищення платоспроможності підприємств, що вказує на їх здатність виконувати свої фінансові зобов'язання, які виникають у період комерційних, кредитних, інвестиційних та інших операцій, пов'язаних з грошовими ресурсами.

Література

1. Dotsenko, V., Kosova, T. and Yaroshevskaya, O. (2020), "Efficiency of hotel and restaurant business management: criterion of financial results", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 6, pp. 28–33. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.6.28
2. Коробейникова, Я. та Побігун О. 2022. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19. Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. 1(25) (липень 2022), 172–182. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1\(25\)-172-182](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1(25)-172-182).

34. The work of restaurant establishments in the conditions of lockdown

Oleksii Sobin

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Today's realities force us to learn to live in war conditions. Giving new business challenges every day. The outflow of personnel, the shortage of products and the increase in their prices, the change in the flow of visitors and their number. And in the rest - work in conditions of partial power outage and full lockdown.

Materials and methods. Restaurant establishments had to instantly rearrange their own capacities to work on generators or alternative sources of electricity. I also had to configure access to the Internet, because the connection was also partially absent. A wide range of advertising promotions with information that the establishment can provide visitors with electricity, communication, and food gave restaurants the opportunity to continue working, receive funds for business maintenance, pay taxes, and drive the country's economy during the war.

Results. Most restaurants that have an active delivery service have lost a large portion of their revenue due to the lack of communication. After all, the guests were not able to place an order. On average, the number of orders decreased by 43% compared to the period when electricity was constant. For institutions that work with their own delivery service, this indicator fluctuates within the break-even limit. But for institutions that work with Glovo or Bolt delivery services, this indicator is already in the red zone of unprofitability.

At that time, many guests visited restaurants because they could get the full range of services. Therefore, the total number of orders increased. The average number of checks increased to 128%. While the average check decreased to the level of 87%. This is caused by the refusal of the restaurant to serve banquets and holidays, because they do not have such an opportunity in terms of capacity.

Many establishments of the restaurant industry took advantage of the information and launched various advertising campaigns to attract customers. In order to make a profit from the total number of order turnover. Restaurants changed the names of dishes to "generator, battery, light, unbreakable". The main idea of these advertising companies is based on drawing attention to themselves and offering their services to the guest.

The staff of the institution played a big role during this period, because they first of all had to change the usual format of work. This especially applies to kitchen workers, couriers and waiters. Cooks had to work on 30-40% of the total technological equipment. According to the results of the operational reporting of the restaurant industry, during the period of absence of stable electricity supply, the business worked at "zero". An unpleasant indicator from an economic point of view is that the lack of electricity fell on the period of New Year's corporate events and holidays. After all, these are always periods when the restaurant receives more than 120-150% additional profit due to banquets and celebrations.

Restaurant establishments had experience of working during the global pandemic, during the period of recovery of their work after the beginning of a full-scale invasion. Now the skill for working in the absence of electricity has been added to the account.

In the future, stabilizing power outages are also predicted for the repair of power networks. But restaurants will already be ready for this. The person must be trained to work without electricity, the room is equipped with a generator or an alternative source of electricity. It is also worth agreeing with the lessor and the supplier of raw materials on the deferment of payments for the insurance of business operations.

Conclusion. The restaurant business of Ukraine was once again put to the test and successfully passed it. Each of the business owners has formed a new business strategy for accumulating finances during the lockdown period.

35. Перспективний спосіб випікання вівсяного хліба

Анастасія Різник, Тетяна Сильчук, Віта Цирульнікова
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Отримання високоякісного аглютененого хлібного виробу з тривалим терміном зберігання залишається головною проблемою для вчених та виробників продуктів харчування, попит на який зростає через збільшення кількості людей, які дотримуються аглютененої дієти.

Матеріали і методи. Для проведення досліджень використовували вівсяне толокно вітчизняного виробника, міцелярний казеїн. В якості структуроутворювача застосовували глюкано-дельта-лактон (ГДЛ). Приготування та зберігання вівсяного хліба здійснювали відповідно до попереднього дослідження [1].

Результати. Хліб є основним продуктом харчування, який має велике значення для задоволення харчових потреб людей у всьому світі, залежно від економічних і культурних звичок. Від якості та кількості білка залежить якість тіста для виробництва хліба. Основна роль глютену полягає в утворенні ним бажаної в'язкопружної структури пшеничного хліба. Погана якість і сенсорні властивості хлібних виробів без глютену порівняно з пшеничним хлібом головним чином пов'язані з відсутністю цієї структури. Безглютеновий хліб без покращувачів зазвичай має тверду та розсипчасту текстуру, малий об'єм, поганий колір скоринки, смак та аромат, а також короткий термін зберігання [2].

Швидке черствіння, що зменшує термін зберігання безглютенового хліба є актуальною проблемою для споживачів та виробників. Відсутність глютенної сітки спричиняє швидшу втрату вологи аглютененими продуктами, що збільшує швидкість черствіння. Черствіння починається після того, як хліб вийняли з духовки, причому руйнування мікроорганізмами відбувається повільніше, ніж черствіння. Процес черствіння спричинений ретроградацією крохмалю та втратою води в хлібних виробках, що призводить до твердіння хліба. Так виникає перекристалізація амілопектину, перебудова розподілу води в м'якуші хліба та зміна аморфної фази [1].

Збільшення терміну зберігання можна досягти вакуумно-комбінованим випіканням [3]. Враховуючи досвід закордонних науковців, застосували частковий вакуум для випікання вівсяного хліба, щоб дослідити вплив на якість та властивості зберігання готових хлібних виробів. Після випікання у частковому вакуумі утворюється більш кристалічна структура крохмалю. Властивості зберігання також були досліджені протягом 3-денного періоду. Випікання у частковому вакуумі значно вплинуло на загальну втрату води та параметри текстури під час зберігання. Зразки, випечені в частковому вакуумі, були м'якшими та мали тенденцію черствіти повільніше, ніж контроль. Отримані результати показують, що метод випічки з частковим вакуумом збільшує термін зберігання вівсяного хліба за рахунок зміни мікроструктури хліба.

Висновки. На сьогодні, проблемним є питання подовження тривалості збереження аглютенених виробів. Випікання в частковому вакуумі було застосовано для усунення недоліків вівсяного хліба, таких як небажані якісні характеристики та швидке черствіння. Проведені дослідження дають змогу підтвердити позитивний вплив вакуумування на властивості хліба.

Література.

1. Riznyk A., Sylchuk T., Tsyrunikova V., Zuiko V. Sorption properties of bread based on oatmeal. *Ukrainian Food Journal*. 2021. Vol. 10, Issue 2. P-361-374.
2. Cappelli, A.; Oliva, N.; Cini, E. A systematic review of gluten-free dough and bread: Dough rheology, bread characteristics, and improvement strategies. *Appl Sci*. 2020, 10.
3. Melini V., Melini F. Strategies to extend bread and GF bread shelf-life: From Sourdough to antimicrobial active packaging and nanotechnology. *Fermentation* 2018, 4, 5–10.

36. Індивідуальний підхід до організації харчування в готелях

Анастасія Москаленко, Оксана Кирпиченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Оптимальна організація харчування є важливою запорукою збереження і зміцнення здоров'я людини, підтримання на високому рівні її фізичної і розумової працездатності, збільшення тривалості життя.

Матеріали і методи. Під час дослідження використовувались органолептичні, аналітичні, фізико - хімічні, загальноприйняті і спеціальні методи, виконані з використанням сучасних приладів та інформаційних технологій.

Результати. Кожна сучасна людина має дотримуватись основних фізіологічних принципів раціонального і збалансованого харчування. В готелі ж ця місія покладена на службу харчування.

Для забезпечення індивідуальних потреб кожного гостя в готелі може бути запропоновано декілька типів меню: основне та меню для людей, що мають специфічні потреби внаслідок харчової алергії або морально-етичних переконань. Зокрема, вегетаріанське меню враховує потреби гостей, що мають алергію на білок молочних продуктів, яйцепродукти. Таке меню має включати страви, що мають високі органолептичні властивості, широкий різноманітний асортимент, задовольняти потреби у основних макро- та мікронутрієнтах. З цією метою додатково розроблено технології нових кондитерських виробів, зокрема вегетаріанського печива, брауні, панкейки, мафіни.

В якості сировини, що є носієм біологічно-активних речовин, використано насіння чіа. Насіння чіа - це корисний інгредієнт для різних страв та, навіть, напоїв. Завдяки високому вмісту клітковини зерна чіа додають об'єм, покращують структуру і формують оригінальний смак, знижуючи глікемічний індекс виробу. Крім того насіння чіа має корисні властивості внаслідок високого вмісту жирних кислот ω -3, а також натуральних речовин, що перешкоджають окисленню цих кислот. Також в технології нових виробів використано сироп агаві – натуральний цукрозамінник, що отримують з квітів мексиканської голубої агаві. Цей сироп по смаку нагадує мед, його можна застосовувати у складі дієтичного меню, спрямованого на зниження ваги та вирішення інших характерних проблем. Продукт дозволений до використання при цукровому діабеті та ожирінні, оскільки має низький глікемічний індекс (до 20). Сироп агаві містить близько 60% фруктози, 5-10 % декстрози, 2-3% сахарози та до 5% пробіотику інуліну, який покращує травлення, стимулює розвиток корисної кишкової мікрофлори, знижує рівень холестерину в крові.

Для розробки нового асортименту виробів заміняли цукор на сироп агаві, яйця курячі на насіння чіа, масло вершкове на олію рослинну. Насіння чіа попередньо замочували у воді для набухання. Співвідношення насіння та води складало 1:1-5, залежно від виробу. Цукор заміняли на сироп агаві у співвідношенні 1:1. Скориговано технологію нових виробів з урахуванням заміни сировини та приготування тіста та готових виробів відповідної якості. Аналіз харчової цінності розроблених виробів показав, що кількість клітковини у одній порції виробу задовольняє добову потребу людини в середньому на 15-20%, крім того у виробі зросла кількість вітаміну В₁, вітаміну РР, калію, кальцію, магнію, фосфору, заліза, селену та цинку.

Висновки. З метою покращення індивідуального підходу до харчування гостей готелю запропоновано вегетаріанське меню та розроблено ряд вегетаріанських виробів, а саме печиво, брауні, панкейки, мафіни з використанням насіння чіа та сиропу агаві.

37. Стратегічний аналіз, як інструмент ефективного управління підприємствами індустрії гостинності

Вікторія Фінчук, Лариса Литвинець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інтеграційні процеси в Україні зумовлюють необхідність застосовувати сучасні методи управління підприємством індустрії гостинності. Це, насамперед, стосується підходів аналізу взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, а також всебічної оцінки його внутрішнього потенціалу.

Матеріали та методи. Досліджуючи дане питання були використані методи наукових узагальнень, порівняльного аналізу. Інформаційна база даного дослідження – наукові роботи вітчизняних та зарубіжних науковців.

Результати. Становлення і розвиток концепції стратегічного управління сприяли формуванню і визнанню одного з основних інструментів цієї системи – стратегічного аналізу.

Стратегічний аналіз – це процес, який дозволяє узагальнити позицію підприємства та конкретизувати напрями його розвитку на перспективу.

Стратегічний аналіз можна розглядати як інструмент обґрунтування стратегічних рішень, який враховує внутрішні можливості підприємства і стан зовнішнього середовища при прогнозуванні можливих змін та ризиків, які у зв'язку з цим виникають.

Зміст стратегічного аналізу процесу управління полягає у використанні специфічних методів і прийомів, що дозволяють діагностувати потенційні та наявні загрози підприємства, виявити можливості підприємства у поліпшенні управління ним.

Об'єктом стратегічного аналізу процесу управління виступає підприємство в цілому як відкрита управлінська система, а також форми та види його діяльності.

Стратегічний аналіз є аналітичною основою всіх інших функцій процесу стратегічного управління. Інтеграція результатів стратегічного аналізу відбувається на стадії стратегічного планування, тобто в рамках цієї функції стратегічного управління відбуває трансформація інформації, отриманої в ході стратегічного аналізу, в стратегічний план, що зі свого боку передбачає одночасне і взаємозалежне протікання процесів стратегічного аналізу і стратегічного планування.

Здійснення стратегічного аналізу створює основу побудови стратегічного управління на підприємстві.

Це виражається в:

- практичному обґрунтуванні реальності цілей підприємства;
- забезпеченні відповідності вибраної стратегії цілям організації;
- аналітичній підтримці процесу розроблення, формулювання і вибору стратегії;
- оцінці вихідного стану підприємства;
- прогнозуванні майбутнього стану зовнішнього середовища і положення підприємства в ній.

Стратегічний аналіз є дієвим інструментом постійного контролю за ходом виконання вибраної стратегії і підтримки процесу розроблення нових стратегій, найбільшою мірою відповідних умов навколишнього середовища.

Висновки. Отже, стратегічний аналіз підприємства є комплексним, багаторівневим дослідженням зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, що дозволяє визначити стратегічні орієнтації, на основі яких формується стратегія розвитку підприємства, розробляється стратегічний план їх забезпечення.

38. Зміни як об'єктивний процес розвитку підприємств гостинності

Анастасія Широбокова, Лариса Литвинець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Висока динаміка середовища господарювання вимагає від підприємств гостинності здатності ефективно та швидко реагувати на зміни як фактору забезпечення їх життєздатності і виживання.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу і узагальнення отриманих даних. Інформаційна база даного дослідження – наукові роботи вітчизняних та зарубіжних науковців.

Результати. Зважаючи на стрімкий, динамічний та імпульсивний розвиток бізнес середовища в умовах плинності часу і постійних змін у суспільстві, неможливо однозначно та категорично визначити і сформулювати чіткий план становлення, розвитку і функціонування підприємства. Тому виникає потреба коригування стратегії шляхом внесення змін різного характеру в діяльність організації, що, в свою чергу, включає певні процеси, зокрема їх планування, реалізацію і контроль. Сукупність цих процесів становлять поняття управління змінами.

Відповідно до специфіки та властивостей послуг гостинності, управління змінами в готельно-ресторанному бізнесі – це комплексний процес, спрямований на розроблення системи заходів щодо прогнозування, планування, виробництва, реалізації та контролю якості надання послуг з використанням нових форм та методів обслуговування гостей, механізмів та моделей управління закладом, концепцій діяльності бізнес-середовища та інструментів кадрових змін, які диктує сучасний ринок.

Стратегія управління змінами у сфері гостинності повинна бути адаптованою до будь-яких умов зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечувати розвиток і конкурентоспроможність готельно-ресторанної послуги як елементу ринкових відносин, підприємства, що її виробляє, влучно поєднуватись або доповнювати базову довгострокову стратегію розвитку підприємства та враховувати при цьому матеріальні й соціальні інтереси як споживача послуг, так і його виробника.

Проте, незважаючи на динамізм та глобалізацію загальноекономічних трансформвань, фундаментальні основи концепції управління змінами у галузі готельно-ресторанного бізнесу є незмінними і передбачають наступні кроки:

- аналіз та врахування особливостей функціонування галузі;
- забезпечення взаємодії суб'єктів господарювання галузі та органів державної влади;
- формування унікального готельно-ресторанного продукту;
- забезпечення належної якості продукції (послуг);
- формування команди висококваліфікованих працівників усіх рівнів, забезпечення маркетингової промоції результатів бізнес-діяльності;
- стимулювання ефективності функціонування галузі.

Висновки. Використання ефективних інструментів управління організаційними змінами дає можливість не лише підвищити адаптивність підприємства до зовнішнього середовища, але і реалізувати концепцію постійного вдосконалювання його внутрішнього середовища.

39. Впровадження Eco-friendly технологій в ресторанному бізнесі

Віра Зуйко, Тетяна Сильчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Тенденції сучасного розвитку сфери послуг завжди відображають запит суспільства, передусім групи споживачів, віком від 24 до 36 років, переважна більшість яких є свідомими громадянами України та світу. Саме тому широкого поширення сьогодні набувають Eco-friendly технології та безвідходне виробництво.

Матеріали і методи. Одним із напрямків Eco-friendly трендів є використання мінімальної кількості пластику, що відповідає Закону України «Про обмеження обігу пластикових пакетів на території України», який набув чинності 10.12.2021 р. Особливо це актуально для закладів ресторанного господарства (ЗРГ), що працюють за принципом Dark-kitchen (виготовлення та реалізація напівфабрикатів і готових страв/виробів за межами ЗРГ). Прекрасною альтернативою є використання їстівного посуду з використанням джерел некрохмальних полісахаридів та складних білків, що здатні утримувати та зв'язувати вологу з основного продукту.

Результати. Запропоновано вдосконалену технологію їстівного посуду на основі пісочного напівфабрикату, у складі якого замінено частину борошна пшеничного на злакову суміш, що містить значну кількість некрохмальних полісахаридів, зокрема харчових волокон. Також до напівфабрикату додано суху пшеничну клейковину (СПК) та знижено вміст жиру. Подібний підхід дозволяє забезпечити збільшення частки зв'язаної вологи. Подовження терміну замішування тіста вдвічі та передбачення вистоювання напівфабрикатів впродовж 30-45 хв сприяє набуванню білків, перш за все гліадину та глютетину, які формують «затягнутість» тіста. Подібний ефект для традиційної технології пісочних виробів є недоліком, але для нашого задуму є перевагою. Зміна рецептури і технології забезпечує формування цупкого некрихкого каркасу, який набуває нових властивостей, а саме здатність утримувати вологу суттєво триваліший час, ніж традиційні пісочні кошики, що були прототипом розробки.

Досліджено гідратаційні властивості зразків, крихкуватість та водопоглинання за температур 8-14 °C та 65-85 °C (відповідає параметрам подавання холодних та гарячих супів відповідно). Крихкуватість зразків зменшилась у 3,7 рази. Вміст зв'язаної води збільшився на 73%, що забезпечено заміною 50% борошна пшеничного на подрібнену суміш злакових. Гідратаційна здатність досліджуваних зразків їстівного посуду збільшилась порівняно з контролем на 20,5% за температури 8-14°C та на 19,3% для зразків за температури 65-85°C. Останнє дослідження проводили впродовж 35 хв, що відповідає умовній тривалості реалізації та споживанню супів у ЗРГ. Зменшено загальний вміст жиру на 20% з урахуванням цих складових у суміші. За результатами аналізу показників вмісту зв'язаної води та крихкуватості такий рецептурний склад пісочного напівфабрикату є оптимальним.

Проведені дослідження доводять можливість подавання рідких страв різної температури у запропонованому новому їстівному посуді. Хімічний склад такого продукту також позитивно відрізняється від контролю більшим вмістом харчових волокон та мінеральних речовин

Висновки. Використання їстівного посуду у ЗРГ, що працюють за принципом Dark-kitchen, дозволить не лише підприємствам дотримуватися Закону України, але і приваблюватиме основну групу споживачів демонстрацією свідомості та відповідальності закладів ресторанного господарства.

40. Концепція готельного підприємства з власною фермою мікрозелені

Марія Сіреніна, Олександр Люлька, В'ячеслав Губеня

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Використання сировини місцевого виробництва у технологіях кулінарної продукції є не тільки маркетинговим заходом для залучення гастрономічних туристів, але й дає змогу скоротити витрати на транспортування і зберігання сировини, розширити асортимент кулінарної продукції. Одним з таких видів сировини є мікрозелень, технологію вирощування якої можна відносно легко впровадити у закладі ресторанного господарства при готелі.

Матеріали та методи. У роботі використано теоретичні методи досліджень: синтез, аналіз, узагальнення, класифікація.

Результати. Мікрозелень почала з'являтися в меню шефкухарів у 1980-х роках в Сан-Франциско (США). В основному використовували такі культури, як рукола, базилік, буряк, капуста, кінза та суміш під назвою Rainbow Mix. Основною перевагою застосування мікрозелені у харчовій індустрії є швидкість вирощування. Урожай збирають через 7...10 днів після посадки, мікрозелень не потребує спеціального місця для вирощування, достатньо будь-якої вільної поверхні з наявністю сонячного освітлення. Зелень можна вирощувати в приміщенні незалежно від сезону, що актуально в зимово-весняний період.

За кордоном мікрозелень входить до меню закладів ресторанного господарства оздоровчих та SPA-готелів. Мікрозелень є в меню закладів ресторанного господарства міжнародних готельних мереж «The Westin», «Four Seasons», американських мережевих готелів «Kimpton» та «Affina», в азійській готельній мережі «Aman Resorts», каліфорнійському готелі «Nobu Hotel Epiphany», а також в готелях: «Conrad Algarve» (Португалія), «Almar Jesolo Resorts and Spa» (Італія), «Euphoria Retreat» (Греція), «The Body Camp» (Іспанія), «MesaStila Resorts & Spa» (Індонезія), «Amatara Hotel» (Таїланд) та ін.

Українські ресторани при готельних підприємствах також мають у меню страви з мікрозелені. В Києві це ресторан «Avenue» готелю «Хрещатик», ресторан «Matisse» у «City Hotel», ресторан «Teatro» готелю «Opera», ресторани готелів «Redisson Blu» та «Україна». У Львові це ресторан «Soprano» готелю «Taurus City», «Валентино» при готелі «Швейцарський», ресторани готелів «Ramada Lviv» та «Modern Art Hotel». Мікрозелень подають в одеських підприємствах харчування при готелях: ресторан «Лен Мар» готелю «Дюк», ресторан «Kadorr» готелю «Kadorr Hotel Resort & Spa», ресторан «Gagarinn Food Hub» готелю «Gagarinn» та ресторан готелю «Амстердам».

Мікрозелень є не лише прикрасою страв, але й повноцінною складовою холодних страв та закусок (салати, бутерброди та сандвічі, страви з лавашу, спіг-роли), супів та основних страв і гарнірів (каші, стейки з лосося, м'яса, овочеві страви, суші, стір-фрай та ін.). Мікро зелень застосовують в рецептурах безалкогольних та алкогольних коктейлів (для створення відчуття «свіжості»).

За різними оцінками, витрати на започаткування вирощування мікрозелені в готовому приміщенні становлять приблизно 20...30 доларів на 1 м² приміщення. Собівартість одного лотка готової мікрозелені орієнтовно становлять 30...40 грн.

Висновки. Мікрозелень поступово стає популярним харчовим продуктом та інгредієнтом страв, тому впровадження технологій її вирощування на потужності готельного підприємства поліпшить рентабельність ресторану при готелі, а також дасть змогу залучити додатковий контингент споживачів.

41. Несприятливі чинники впровадження НАССР у закладах ресторанного господарства готельних підприємств

Олексій Коротков, В'ячеслав Губеня, Наталія Бондар
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. НАССР являє собою системний підхід до ідентифікації, оцінки та управління ризиками на тих стадіях виробництва харчових продуктів, які є критично важливими для їх безпечності. Сьогодні НАССР має світове визнання, проте впровадженню системи можуть заважати багато чинників, аналіз яких є метою цього дослідження.

Матеріали та методи. У роботі використано теоретичні методи досліджень: синтез, аналіз, узагальнення, класифікація. Результати досліджень і висновки сформульовані, зокрема, завдяки спостереженням авторів у закладах ресторанного господарства.

Результати. На впровадження та роботу системи НАССР можуть негативно впливати зовнішні та внутрішні чинники (таблиця).

Таблиця – Несприятливі чинники під час розроблення та функціонування НАССР у закладах ресторанного господарства

Зовнішні несприятливі чинники	Внутрішні несприятливі чинники
<ul style="list-style-type: none">▪ відсутність інформування від державних органів;▪ недосконалість національних стандартів, матеріал важкий для сприйняття;▪ відсутність зрозумілих методик зі створення системи НАССР;▪ відсутність точно сформульованих вимог до системи НАССР під час її впровадження в умовах малих та середніх закладів ресторанного господарства;▪ відсутність розуміння роботи системи в органів контролю в умовах малих і середніх закладів ресторанного господарства.	<ul style="list-style-type: none">▪ відсутність розуміння в керівництва стратегії і тактики створення НАССР;▪ формальне ставлення до створення та впровадження системи;▪ низький рівень освіти персоналу;▪ низький рівень мотивації та недосконалість системи стимулювання;▪ недостатньо ретельне дотримання інструкцій під час роботи з системою;▪ відсутність аудиту постачальників;▪ недостатньо ретельний контроль сировина, яку отримує заклад;▪ порушення режимних параметрів зберігання сировини;▪ порушення технологій страв і кулінарних виробів.

Несприятливі чинники, пов'язані з недосконалістю державних інструментів впровадження НАССР, на нашу думку, найбільш небезпечні. Для їх усунення держава має проводити активну просвітницьку роботу, навчання керівників закладів ресторанного господарства. Натомість освітніми та консультативними послугами щодо НАССР сьогодні займаються приватні організації, вони ж зазвичай і впроваджують систему на замовлення підприємств харчування. Це підвищує ризик формального ставлення до НАССР у керівництва та персоналу закладу, працівники не розуміють важливості НАССР і, відповідно, дієвість цієї системи низька.

Висновки. Внутрішні несприятливі чинники щодо системи НАССР здебільшого зумовлені дією зовнішніх несприятливих чинників. З боку державних органів недостатньо якісних і докладних методичних настанов, а також систематизованої інформації про небезпечні чинники в харчових продуктах. Занепокоєння викликає бюрократизація НАССР, під час перевірок державними органами звертають увагу насамперед на документацію, а не дієвість фактичних запроваджених заходів.

42. Plant-based meat alternatives for culinary products of restaurant consumption

Sofiia Shcherbakova, Olena Tyshchenko, Vita Tsyrunnikova
National University of Food Technologies

Introduction. Health and safety, wellness, and sustainable consumption are trends in restaurant and hotel business. A reduction in the consumption of red meat and processed meat products is associated with health benefits: lower the risk of cardiovascular diseases, cancer, obesity, obesity, and 2 type diabetes mellitus. Prospective direction of scientific research is development of meat alternatives out of plant proteins of high nutrition and biological value for culinary products of restaurant consumption.

Materials and methods. A review of plant-based meat substitutes for culinary products for restaurant consumption.

Results. There are two major varieties of meat substitutes: culture-based meats (cultivated meat, in-vitro meat) and plant-based meat. In addition, it can be fungi-based meat and insect-based meat. Plant-based meat substitutes are in the greatest demand among consumers. Also, meat alternatives manufacturing is more environmentally friendly than farming animals. The assortment of domestic plant-based meat alternatives are burgers, nuggets, steaks, medallions, schnitzel, soy goulash, kebab, sausages, vegetable fillet, structured soy-based analogues. Traditional consumers of these products are vegans, vegetarians, flexitarians, pescatarians, but interest is growing among meat lovers.

The components of meat alternatives recipes include legumes, beans, soy, cereals, mushrooms, protein isolates and concentrates, vegetables oils, binding agents, colouring agents, flavours, and other ingredients. Legumes (bean, pea, chickpea, lupine, lentil) are considered an excellent source of plant protein. Soybean is an applicable and widely used ingredient in meat alternatives global. It has been known as outstanding source of nutrient such as carbohydrates, dietary fiber, lipids, vitamins, minerals. Soybean is used in the forms of isolates, concentrates, and flour, non-textured and textured soy protein products. The textured soy protein products imitate the meat muscle fibers and give plant meat substitutes fibrous properties. The protein content of cereals is lower than that of legumes. The main source of crop culture proteins are wheat, rice, barley, and oats. The viscous and elastic properties of wheat gluten help wheat protein to imitate meat texture of plant-based alternatives. The hydrated gluten wheat gluten can be converted to textured meat analogues through the extrusion and texturizing technologies. Colouring agents are beet juice extract, lycopene, annatto extracts (for red meat analogues), titanium dioxide (chicken colour). Spices, herbs, yeast extracts are used for formulation of aromatic profile. Plant-based meat alternatives have lower energy value, content of total fat, saturated fat, and cholesterol. They are healthier protein sources for meat consumption replacement.

Conclusions. Development of plant-based meat alternatives can help satisfy the population's protein needs and reduce the risk of protein-energy malnutrition. Restaurant consumption of meat substitutes will lead to lower the intake of daily total energy calories, saturated fats, cholesterol and increase the intake of dietary fibre, polyunsaturated fatty acids, and other biological active substances of plant origin. Dietary habits (increased consumption of plants, reduced consumption of meat products) minimize the environmental footprint and thus save the ecosystem. Plant-based diet positively influences on human health and well-being.

Literature

1. Plant-based meat analogs: A review with reference to formulation and gastrointestinal fate / Anum Ishaq, Shafeeqa Irfan, Arooba Sameen, and Nauman Khalid // *Curr Res Food Sci.* – 2022. – Volume 5. – P. 973–983.

22.2.

Organization of hotel and tourist services

Chairperson – associate professor Iryna Melnyk

Secretary – associate professor Yurii Sologub

22.2.

Організація готельного та туристичного обслуговування

Голова – доцент Ірина Мельник

Секретар – доцент Юрій Сологуб

1. Переосмислення туристичного іміджу країни та туристичного іміджу регіонів

Дмитро Алтухов, Ірина Мельник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Внаслідок військової агресії російської федерації повністю знищено чи частково пошкоджено пам'ятки культури і історії, музеї, релігійні об'єкти, природні парки, готельна і транспортна інфраструктура, що потребує переосмислення туризму та туристичного іміджу України, іміджу міст і регіонів.

Матеріали і методи. Промоція DESTINATION України за кордоном для пошуку ресурсів на відновлення туристичних атракцій у посткризовий період (після Перемоги) здійснюється на рівні держаної і регіональної влади із залученням туризмознавців-практиків, істориків, туристичних гідів, академічної спільноти, фахівців суміжних до туризму галузей; вивчається міжнародний досвід, оцінюються і порівнюються всі реалізовані країнами посткризові кейси.

Результати. Ключовим для переосмислення туристичного іміджу України та її регіонів є визначення базового підходу, який стане вихідною точкою для організації ядра туристичних маршрутів, а отже, і ядром комунікаційно-інформаційної політики країни. Серед альтернативних сценаріїв переосмислення іміджу можна виділити два: перший – створення нового туристичного бренду з метою заміщення спогадів про війну і перенесення уваги туристів, другий – формування і розвиток бренду на основі пам'яті і спогадів про війну.

На думку науковців М. Йоханссона, Дж. Леннона, М. Фолі метою брендингу країни і регіону є представлення чистого, привабливого образу місця, що неминуче означає вибір певного елемента для включення в офіційні повідомлення, ігноруючи або стираючи інші елементи, адже події, які відбулися нещодавно, темніші, ніж ті, які мають більш давню історію [1].

Розвиток в Україні «темного туризму» («dark tourism»), зважаючи на те, що він має свого цільового туриста і досить часто пов'язаний з освітнім туризмом, може мати місце, але не повинен ставати основою туристичного іміджу країни та найбільш постраждалих від війни регіонів.

С перших днів війни та сьогодні, після року від повномасштабного вторгнення, зрозуміло, що українське суспільство має використати світову увагу до України і українців та у майбутньому перетворити її на туристичний потік. Вважаємо, що для нашої країни туристичний імідж повинен базуватися на самоідентифікації українців як нації, яка захищає свою незалежність і суверенітет, а, отже, перетворенні конфлікту на нову спадщину.

Висновки. Туристичний імідж України та туристичний імідж регіонів має переосмислюватися і перебудовуватися на основі пам'яті і спогадів про війну. В основі іміджу повинна бути самоідентифікація українців як нації, які захищають свою незалежність і суверенітет. Військова агресія є частиною нашої нової спадщини, маємо пам'ятати про це на шляху до Перемоги.

Література

1. Растворова, М. Підходи до позиціонування туристичних DESTINATION в умовах викликів війни: аналіз досвіду країн балканського півострову. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2022, (3(67)), 83–91. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67-83-91>.

2. Формування екологічної мережі як засіб забезпечення екологічної безпеки регіону

Ірина Антоненко, Юлія Заборовець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Забезпечення екологічної безпеки регіону та збереження природних ресурсів можливо досягти завдяки формуванню екологічної мережі. При цьому обмежуючи її створення жорсткими заходами охорони та виключаючи будь-яку господарську діяльність, відбувається гальмування вирішення завдань відновлення порушених територій, благоустрою, озеленення, залучення фінансових ресурсів для природоохоронних заходів.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та монографії з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналіз та синтез – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. Пан-європейська система ECONET визначає сталий розвиток територій екологічної мережі. Особливо перспективним є використання екомереж для організації екотуризму, що передбачає свідоме ставлення відвідувачів до природи та збереження біорізноманіття.

Екологічні пізнавально-прогулянкові стежки та екотуристичні маршрути зазвичай призначені для самостійних походів туристів. Необхідну інформацію учасники подорожі мають отримувати із буклетів, путівників, інформаційних аншлагов, пояснювальних стендів, які можна отримати у відповідних візит-центрах. Проте, екоосвітній та ековиховний зміст подорожі буде більш ефективним при участі в ній кваліфікованого провідника-природознавця. Головними його завданнями є ознайомлювати відвідувачів із цікавими об'єктами (видами рослин та тварин, пам'ятками природи і культури, тощо), провадити на відповідних зупинках теоретичні і практичні заняття; привертати увагу учасників до об'єктів антропогенного ландшафту, пропагувати природоохоронні заходи, забезпечувати безпеку подорожуючих.

Розробкою екологічних шляхів займаються різні організації. Найбільш популярними є екологічні шляхи, прокладені природно-заповідними установами. Плануванням екологічних стежок займаються також лісові господарства в межах так званих шкільних лісництв.

За способом проходження екологічні шляхи поділяють на піші, велосипедні, кінні, водні (без використання човна із мотором). Інколи виділяють окрему групу екошляхів, де використовують моторизовані засоби пересування.

Висновки. Отже, екологічні мережі сприятимуть активізації розвитку екологічного туризму в регіоні, збереженню природних ресурсів, залученню інвестицій, приверненню уваги на вирішення наявних екологічних проблем та популяризації регіонів як цікавих дестинацій, конкурентоспроможних на міжнародному й національному туристичному ринках.

Література

1. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: монографія/ О. Ю. Дмитрук. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.

3. Формування іміджу України в умовах невизначеності

Ірина Антоненко, Валентина Кравчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Імідж країни у світі є інвестицією. Саме він допомагає просувати власні національні інтереси на міжнародній арені, формує туристичний потенціал і є своєрідним інструментом впливу.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали Інтернет статті з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. На сьогоднішній день туристичний образ України можна оцінити як негативний або дуже негативний. Така ситуація виникла не лише через внутрішні та зовнішні конфлікти, політику чи економіку, а й через те, що маючи один з найкращих туристичних потенціалів у світі ми його не використовуємо належним чином.

У випадку іміджу країни - це безліч стратегічних елементів і точок дотику, щоб створити унікальний досвід, який запам'ятовується у цільовій аудиторії на глибокому емоційному рівні. Тому потрібно працювати за 2-ма напрямками: імідж країни загалом та окремих міст.

Саме формування маркетингової кампанії та комплексний підходу до її реалізації є надзвичайно важливим. Відзняти лише ролик чи лише взяти участь у виставці - не можна назвати маркетингом країни.

Формуючи позитивний імідж, Україна в неідеальних умовах ззовні, тобто від країни Голодомору перейшла в країну війни і окупації, є не тільки зовнішня агресії росії проти України, фізична війна, окупація, а й інформаційна війна, гібридна війна, де завдання у росії - дискредитація України як країни і українського суспільства як нації.

Інший момент, який теж є викликом - це світ маленької уваги. Країни інвестують великі кошти для того, щоб формувати репутацію бренду, іміджу своєї країни. Це не робиться просто так, за цим стоїть дуже прагматичне завдання - це залучення інвестицій, розвиток бізнесу, залучення туризму, що в підсумку позначається на тому, як себе почувають громадяни цієї країни, і скільки у них грошей, тому що туризм повертає зростання і прогрес. Люди почуваються більш успішними, люди себе відчують цікавими, і це цілий комплекс завдань.

Головний посил сьогодні в тому, що ресурс на публічну дипломатію повинен бути набагато вищий, ніж є сьогодні. Для цього є всі умови, зокрема Міністерство закордонних справ вперше підійшло до цієї роботи дуже системно, вперше розроблено документ «Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України». В даній Стратегії чітко прописані напрямки, їх сім: культурний напрямок, гастродипломатія, освітня дипломатія, економічна, цифрова дипломатія, і по кожному з них є великий спектр партнерів, з якими вибудовується синергія.

Висновки. Отже, імідж України в умовах невизначеності повинен підтримуватися і розвиватися: «Україна є Україна», «Країна героїчних людей», «Єдина країна в Європі, де люди готові помирати за прапор Євросоюзу», країна, яка стримує агресію росії на кордоні з Європою, яка бореться за демократичні цінності, «Ми повинні питати у світу чим ми можемо йому допомогти, а не як він може допомогти нам».

4. Доповнена реальність у сфері гостинності

Ірина Антоненко, Дар'я Мороз

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Доповнена реальність (англ. Augmented reality, AR – «розширена реальність») – технології, які доповнюють реальний світ, додаючи будь-які сенсорні дані. Говорячи про доповнену реальність, необхідно відрізнити її від віртуальної і змішаної. Доповнена реальність (AR) – це середовище, яке у реальному часі доповнює фізичний світ, яким ми його бачимо, цифровими даними за допомогою будь-яких пристроїв: смартфонів, планшетів тощо.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та Інтернет ресурси з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. Виділяють чотири типи доповненої реальності:

1) AR на основі маркерів, або розпізнавання зображень. Даний метод вимагає наявності спеціальних візуальних об'єктів (QR-кодів, спеціальних знаків), розміщених у просторі, та камер для їх зчитування. 2) Безмаркерна геолокаційна AR. Переважно використовує такі технології, як GPS, компас, гіроскоп та акселерометр, для надання інформації виходячи з положення користувача. На базі карти застосунки надають інформацію про події в даному регіоні, спливаючу бізнес-рекламу, навігаційну допомогу тощо. 3) Проекційна AR. Передбачає проектування штучного світла на об'єкт і дає змогу взаємодіяти з ним (так звані голограми). 4) AR на основі заміщення. Повністю або частково замінює оригінальний вигляд на доповнений .

Серед основних варіантів використання технології доповненої реальності у сфері гостинності можна виділити такі:

1) Засоби розміщення. Новизна і привабливість технології спонукатиме користувачів завантажити застосунок готелю, що дасть змогу об'єкту розміщення справити перше враження на гостя та налагодити з ним канал прямого зв'язку. Через застосунок готелю користувач зможе взаємодіяти з інтерактивними елементами, розміщеними в інтер'єрі, такими як карта місцевості або готелю, за наведення на які з'являтиметься додаткова інформація про визначні місця, послуги готелю чи його планування.

2) Заклади харчування. Найпоширенішим варіантом застосування AR-технологій у ресторані може бути інтерактивне меню, яке з'являтиметься під час наведення користувачем камери смартфона на певний продукт. Зокрема, доповнена реальність дасть змогу вирішити проблему із внесенням змін у меню, що пов'язана із високою вартістю передруку кольорових сторінок.

3) Транспорт. Найбільшу користь для туристів мають застосунки, пов'язані з полегшенням орієнтування у системі транспорту туристичної дестинації, пропонуючи інформацію щодо зупинок, варіантів пересадок, об'єктів та пам'яток, що розташовані у певній локації, тощо.

Висновки. Результати дослідження свідчать про досить високу ймовірність широкого розповсюдження AR-технологій доповненої реальності у майбутньому. Компанії мають можливість отримати значну конкурентну перевагу, оскільки нова технологія, вірогідно, викликатиме значний інтерес серед користувачів, що дасть змогу відносно легко доносити до них потрібну інформацію, у тому числі й рекламу, і максимально залучати їх у бізнес-процеси.

5. Перспективи застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі: SWOT-аналіз

Ірина Антоненко, Вячеслав Топчій

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасне суспільство у міру раціоналізації соціальних процесів сприяє посиленню віртуальних практик. На сьогодні можливо не лише навчатися, спілкуватися, працювати «онлайн», а й відпочивати. Подорожувати чи організовувати дозвілля у віртуальному форматі можна за допомогою віртуальних екскурсій.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. Перспективи використання віртуальних екскурсій у туристичній галузі відображає наведений SWOT-аналіз (Таблиця 1):

Таблиця 1.

SWOT-аналіз застосування віртуальних екскурсій у туристичній галузі

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - простота; доступність; економія часу (у т.ч. на отримання візи та здійснення власне екскурсії); - сприятливий екологічний стан середовища (віртуальний турист не забруднює природне середовище); - здійснення музеями екскурсійної, виставкової, просвітницької, виховної, культурно-масової та наукової роботи; - можливість поєднання музейних установ та об'єктів природно та історико-культурної спадщини при створенні віртуальних туристських маршрутів; 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатня кількість розроблених екскурсійно-туристичних маршрутів в межах країни; - необізнаність щодо інформаційного забезпечення туристів; - відсутність гаджетів, смартфонів тощо; - не в змозі забезпечити усіма відчуттями (запах, дотик, смак, звук і зорове сприйняття)
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<ul style="list-style-type: none"> - розвиток музейного, екскурсійно-пізнавального, наукового туризму та інших віртуального туризму; - використання світового досвіду в дослідженні, організації і управлінні ринку екскурсійно-туристичних послуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність (нестійкість) Інтернет-мережі; - відсутність механізмів реалізації державної політики щодо підтримки туристичного бізнесу тощо.

Висновки. Проведений SWOT-аналіз засвідчує, що є переваги у застосуванні віртуальних екскурсій у індустрії туризму, зокрема розвитку музейного, екскурсійно-пізнавального, культурного, наукового та інших видів туризму. Також перевагами сучасних інтерактивних та віртуальних екскурсій є те, що туристи під час таких турів отримують велику кількість цікавої інформації, яка дає змогу розширити кругозір, а також отримати задоволення та безліч приємних вражень.

6. Нові підходи та моделі бізнесу у сфері гостинності під впливом пандемії COVID-19

Ірина Антоненко, Дар'я Шелухіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Гостинність є однією з найбільш постраждалих галузей, яка зазнала глобального краху попиту, рівня заповнюваності від COVID-19. В той же час протягом пандемії готельні бренди впроваджували інновації та диверсифікувалися, щоб повернути втрачені потоки доходів.

Матеріали і методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та Інтернет джерела з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати. Пандемія послужила підтвердженням дистанційної роботи як продуктивного та успішного способу ведення бізнесу. Попередні занепокоєння щодо віддаленого спілкування та співпраці були значною мірою скасовані, оскільки такі інструменти, як Teams, Zoom та Slack, стали невід'ємною частиною робочого дня [1].

Після місяців перебування в основному всередині та поблизу будинків багато людей прагнуть змінити місце перебування - чи то лише на один робочий день, чи то на триваліший період. Для багатьох компаній цілком ймовірно, що комбінована модель додаткової віддаленої роботи та скороченого робочого часу стала нормою.

Дослідження McKinsey&Co показало, що дев'ять з 10 компаній планують поєднати віддалену роботу та роботу на місці в новій гібридній моделі, що змінилася пандемією [2].

Компанія Skift Research, яка проводить щомісячне опитування Travel Tracker у США, повідомила на початку 2021 року, люди, які працюють віддалено, заявили про плани здійснювати більше поїздок через гнучкість роботи з будь-якого місця.

Sonder, компанія, що займається орендою квартир і готелів, «впевнена, що тенденція цифрових кочівників триватиме й після COVID-19».

Huatt Hotels and Resorts був одним із перших у галузі, хто пропагував ідею робочих відпусток із запуском подовженого перебування «Work from Huatt». Ідея виявилася настільки популярною, що Huatt додав інші пропозиції, призначені для віддалених працівників, що призвело до більш ніж 20 000 бронювань у понад 60 000 готельних номерів Huatt [2]. Також надання працівникам більше можливостей для відвідин нових місць і близьких людей, друзів, ця зміна політики дає чудову можливість для готельних брендів у новому «секторі відпочинку» - бізнес-відпочинку.

Висновки. Отже, нові реалії потребують нових підходів та моделей бізнесу у сфері гостинності, використання найкращого світового досвіду, впровадження інноваційних технологій та послуг, які дадуть змогу адаптуватися до нових умов і викликів.

Література

1. The page. Офіційний сайт. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/shostanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>
2. Work-From-Anywhere Isn't Going Away URL: <https://www.uschamber.com/co/good-company/launch-pad/hospitalityindustry-work-from-anywhere-trend>

7. Документаційне забезпечення системи менеджменту якості підприємств туризму

Вадим Басв

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний період становлення ринкових відносин в Україні характеризується розвитком економічних реформ і загостренням конкуренції, що обумовлює необхідність підвищення якісних характеристик продукції, в тому числі документаційного забезпечення системи менеджменту якості на підприємствах туристичної індустрії.

Матеріали і методи. Метою роботи є розробка концептуальних засад документаційного забезпечення системи менеджменту якості на підприємствах туристичної індустрії з позицій ефективного функціонування суб'єктів господарювання в сфері туризму.

Результати. В туристичній організації мають використовуватись такі види документації за напрямками діяльності: документація Системи Управління Якістю; організаційно-розпорядча документація; документація з питань туристичної діяльності.

Розроблення проекту нового документу або нової редакції існуючого документу здійснюється за рішенням керівника туристичної компанії, або за ініціативи його заступників, керівників структурних підрозділів або співробітників суб'єкта туристичної індустрії.

Документація з якості включає: документацію по плануванню якості (стратегічному й оперативному); документацію по управлінню якістю (політика та цілі в області якості, керівництво з якості, документовані процедури управління), в яких сформульовані цілі й завдання в області якості, описана система управління на основі якості, організаційні процеси з врахуванням вимог ISO 9001.

Політика в області якості туристських послуг повинна бути направлена на реалізацію наступних основних завдань: задоволення споживача з погляду професійних стандартів і етики, безперервне підвищення якості послуги, облік вимог суспільства і захисту навколишнього середовища, ефективність надання послуги.

Реалізація основних завдань з дотримання політики якості при наданні підприємством туристичних послуг має бути покладена на обслуговуючий персонал, діяльність якого пов'язана з виявленням і реєстрацією претензій, скарг, рекламацій з боку споживачів послуг; проведенням заходів, спрямованих на їх усунення та попередження.

Кожний суб'єкт туристичної індустрії, задіяний в процесі надання туристичних послуг окремо розробляє документально оформлену систему якості, що забезпечує відповідність послуги встановленим вимогам. Документаційне забезпечення системи управління якістю має включати: плани та керівництва з якості; перелік необхідного контрольньо-вимірального та технологічного обладнання, матеріальних ресурсів, положення та інструкції з підбору кваліфікованих кадрів для забезпечення необхідної якості послуг; визначенням прийнятних стандартів з погляду закладених в них показників і вимог, включаючи вимоги, що містять суб'єктивний елемент; звіти з якості туристичних послуг.

Висновки. Таким чином, для досягнення цілей в області якості керівник суб'єкту туристичної індустрії має визначити структуру системи ефективного управління та її документаційне забезпечення.

8. Основні тенденції подорожей країнами Європи в 2023 році

Вадим Басв

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Європейські країни залишаються найпопулярнішими туристичними дестинаціями для подорожей туристів всього світу. Надано аналіз і прогнози на 2023 рік, на основі опитування туристів та рейтингів країн світу про найбільш популярні напрями подорожей.

Матеріали і методи. В даному дослідженні використовувалися матеріали опитування та прогнозованого аналізу туристичних асоціацій і підприємств 178 країн світу.

Результати. Впливовий туристичний ресурс European Best Destinations назвав найкращі напрями для подорожей по Європі в 2023 році.

Як зазначається в результатах опитування, проведеного ресурсом серед понад півмільйона мандрівників зі 178 країн світу, очолила топ столиця Польщі – Варшава.

"Красива, доброзичлива, зелена, відкрита, що ідеально підходить для сімейного відпочинку, культурного відпочинку, шопінгу, романтичного відпочинку – Варшава може запропонувати щось кожному. Прогуляйтеся по красивих парках, відпочиньте на міських пляжах, скористайтеся відмінною гастрономічною пропозицією, приїжджайте в будь-який час року і скористайтеся багатим календарем подій", – відзначають автори рейтингу.

При цьому вони підкреслюють, що Варшава вважається одним з найбезпечніших місць для відпочинку в Європі.

Також ресурсом European Best Destinations були названі Топ-20 (з більш ніж 400) європейських напрямків для подорожей у 2023 році [1]: 1. Варшава, Польща. 2. Афіни, Греція. 3. Марибор, Словенія. 4. Відень, Австрія. 5. Читтаделла, Італія. 6. Ессен, Німеччина. 7. Веспрем, Угорщина. 8. Лондон, Великобританія. 9. Гренобль, Франція. 10. Мангейм, Німеччина. 11. Порту-Санту (Мадейра), Португалія. 12. Толедо, Іспанія. 13. Фаял (Азорські острови), Португалія. 14. Родос, Греція.

Зазначена ТОП двадцятка була удостоєна звання «Найкращі європейські напрями 2023 року» [2].

Як повідомляв УНІАН, найкращим європейським туристичним напрямком в 2022 році була визнана столиця Словенії-Любляна [2].

Висновки. Незважаючи на економічну, енергетичну кризу та міграційне навантаження, країни Європи залишаються найпопулярнішими дестинаціями для мільйонів туристів з усього світу. Саме цим туристичним напрямом, згідно до опитування European Best Destinations, надали перевагу мандрівники зі 178 країн, які проголосували за найкращі європейські напрями 2023 року.

Література

1. Best places to travel in Europe 2023.- URL: <https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2023/>

2. Марина Григоренко. Варшаву визнали найкращим напрямком. - URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/top-20-yevropeyskih-napryamkiv-dlya-podorozhey-u-2023-roci-kudi-pojihati-u-vidpustku-12142011.html>

9. Безпековий фактор розвитку туристичної сфери світу

Ольга Безпала

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

Вступ. Вивчаючи різноманітні складові елементи та аспекти розвитку сучасного туризму, ми маємо справу з складною поліструктурною системою, на збалансований розвиток якої впливає велика кількість як внутрішніх так і зовнішніх чинників. Одним з таких чинників, що на сьогоднішній день набирає ваги, виступає проблема забезпечення належної безпеки для споживачів туристичного продукту.

Результати. Важливим аспектом розвитку туристичної сфери є безпекове питання його учасників, а саме, можливість прояву терористичних загроз. Сила даного фактору в розвитку туристичної сфери, як окремих країн так і світу в цілому, полягає в спільності об'єкту, на який направлена дія, що правда в першому випадку суспільство виступає як споживач туристичних послуг, а в другому - як ціль для терористичних організацій.

Рушійною силою існуючих терористичних організацій виступають не лише політичні, а в великій мірі і релігійні та етнічні мотиви. міжнародний тероризм прийнято поділяти на ряд типів, а саме: соціально-політичний, що переслідує мету корінної, або часткової зміни державного устрою країни; національний, що ставить за мету сепаратистські цілі; релігійний, пов'язаний з боротьбою представників різних релігійних конфесій та релігійних течій; державний, що переслідує вчинення тиску однієї країни на іншу.

Існує кілька причин, що приваблюють терористичні угруповання до туристичної сфери.

По-перше, в багатьох країнах сфера туризму є найбільшою, а в деяких випадках основною статтею доходів до бюджету.

По-друге, проведення терористичних актів на найбільш популярних туристичних об'єктах є одним з найефективніших засобів донесення послання терористів до засобів масової інформації, а відтак і до суспільства.

По-третє, як правило туристична сфера не завжди належну увагу надає організації заходів безпеки, мотивуючи це тим, що більш жорсткі заходи щодо організації та проведення туристичних програм може відлякати потенційних споживачів туристичного продукту.

Ці, а також ряд інших чинників створюють всі передумови для підвищення інтересу терористичних організацій до туристичних країн та туристичних об'єктів.

Не слід вважати, що вплив діяльності різноманітних терористичних організацій чи радикальних угруповань на туристичний сектор економіки країн виражається лише в зменшенні напливу туристів. Важливим є вирішення проблеми збереження історико-культурного надбання держави, що є одним з найголовніших завдань туристичної сфери. Особливо небезпечним є ідеологічний вандалізм на релігійній основі.

Висновки. У світі, в якому рівень терористичної загрози в окремих туристичних країнах залишається досить високим, туристичній сфері особливу увагу слід приділяти діяльності по забезпеченню безпеки споживачів туристичного продукту. Потрібно мати на увазі, що потенційного споживача досить важко ввести в оману, і тому заходи безпеки мають бути реальними, а не показними і розрахованими на досягнення рекламних цілей того чи іншого представника туристичного бізнесу.

10. Розповсюдження екстремального туризму як форми організації дозвілля

Катерина Верес, Ірина Бадик

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В останні роки спостерігається тенденція вдосконалення розвитку туризму: збільшується потік охочих відвідати не лише зарубіжні країни, а й визначні вітчизняні території. Інтерес до вітчизняних локацій сьогодні більшою мірою став обґрунтований пандемією коронавірусу, що призвела до закриття західних напрямків відпочинку. Це стало причиною сплеску освоєння вітчизняних туристичних напрямів.

Матеріали і методи. На сьогодні під час воєнної агресії Росії проти України дана тенденція продовжує розвиватись. В умовах обмеженого вибору люди змушені урізноманітнити свій відпочинок, а туристичні компанії, швидко реагуючи на попит, пропонувати потрібний продукт. Одним із таких видів туризму є екстремальний туризм, що залучає з кожним роком все більше туристів, а головне, що стало доступним і привабливим для іноземних туристів.

Результати. Екстремальний туризм є одним з найперспективніших видів туризму, який привертає до себе дедалі більше людей. До активних зараховують різні пригодницькі тури, пригодницькі подорожі, відвідування екзотичних місць, вулканів, островів, водоспадів тощо. Зазвичай це – нестандартний тур в екзотичні та екологічно чисті природні резервації, пов'язаний з незвичайними подорожами, нетрадиційними засобами транспортувань. В окремих випадках такий тур пов'язаний з ризиком і серйозними фізичними навантаженнями, вимагає сміливості та умінь.

Однак, у зв'язку з тим, що даний вид туристичної індустрії ще мало представлений на зарубіжному ринку, інформованість іноземних компаній та туристів про всі деталі та особливості екстремальних турів в Україні не така висока, і іноді зводиться лише до «побутових гідів» для мандрівників, які не торкаються питань про ризики та їх подолання під час проходження екстремальних турів.

Україна має умови і ресурси для розвитку екстремального відпочинку.

Серед головних дестинацій: Українські Карпати і Передкарпаття, Чорнобильська зона відчуження; Одеські катакомби; історичні місця часів війни (бункери, фортифікаційні споруди і т.д); гарячі точки збройних конфліктів або межуючі з ними території і багато іншого. Всі ці місця, різного ступеня екстриму, є бажаним об'єктом для відвідин багатьма туристами світу.

Висновки. В складних сьогоднішніх вітчизняний туризм мусить розвиватися в різних напрямках. Екстремальний туризм – є доволі оптимальним напрямком, який має перспективи розвитку на території України.

Література

1. Абрамов В., Оплаканець К. Перспективи розвитку екстремального туризму. Вісник Харківської національної академії міського господарства. 2012. № 4. С. 77–79.
2. Абрамов В., Оплаканець К. Перспективи розвитку екстремального туризму. Вісник Харківської національної академії міського господарства. 2012. № 4. С. 77–79.

11. Організація кондиціонування та вентиляції у готелі

Катерина Верес, Максим Драпак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одна з основних характеристик готельної будівлі - прийняття певної кількості гостей, забезпечення для них максимально комфортних умов перебування, короткотермінового проживання в номерах. Важливу роль при цьому відіграє вентиляція і кондиціонування готелю.

Матеріали і методи. Вентиляція в готелі спільно з іншими системами це запорука чистою і здорової атмосфери, турбота про відвідувачів і прибутковості готельного бізнесу. І тут особливу роль грають правильно виконане проектування та монтажні роботи. Крім цього строгі вимоги висуваються і до кліматичних системам. Це стосується не тільки технічних характеристик, а й дизайну.

Результати. Екстремальний туризм є одним з найперспективніших видів туризму, який привертає до себе дедалі більше. Залежно від розмірів будівлі, рівня комфорту і обслуговування, вираженого кількістю зірок, встановлюється різне обладнання для подачі, відведення повітряних мас, охолодження, нагрівання, очищення Потік повітря і т.д. Найбільш часто використовуваними установками є: приточно-витяжна, з подачею повітряних мас природним або механічним способом; кондиціонування - від спліт-пристроїв до мультізональних установок; центрального кондиціонування, VRV і VRF систем, чиллер і фанкойлів з опаленням і без; енергозберігаючі технології (рекуперація тепла, фрікулінг для великих установок).

Система вентиляції в готелі підтримує комфортний температурний режим в холі, незалежно від погодних умов, пори року. Часто вхідна зона обладнується тепловою завісою, яка не пропускає холодне повітря взимку. Влітку вона працює без підігріву, перешкоджаючи таким чином потрапляння гарячого вуличного Потік повітря разом з комахами всередину холу готелю.

Устаткування кондиціонування, вентиляція в готельному будинку повинні бути встановлені таким чином, щоб дотримувалися основні вимоги до систем очищення і подачі повітряних мас. Серед них:

- індивідуальний комфорт. У кожному номері повинна бути можливість налаштувати параметри Потік повітря під індивідуальний запит гостя. Як правило, це реалізується за допомогою фанкойлів, спліт-блоків, блоків центральних кондиціонерів або VRV систем, оснащених пультами дистанційного керування;
- низький рівень шуму. Номер призначений перш за все для відпочинку, який ніщо не повинно порушувати. Блоки кондиціонерів встановлюються з мінімальним шумовим фоном. Часто монтуються біля вхідних дверей номера, щоб ще більше знизити рівень робочого шуму;
- цілодобова робота. Дані пристрої повинні володіти резервами цілодобового функціонування. Багато великі готелі ставлять резервну систему кондиціонування для забезпечення безперебійної подачі свіжого Потік повітря навіть в екстремній ситуації;
- дотримання санітарних норм подачі повітряних мас в приміщення

Висновки. Отже, організація вентиляції та кондиціонування в сучасному готелі – процес, який перманентно розвивається та має відповідати останньому слову науки та техніки. Адже сучасні інноваційні технології покликані на забезпечення максимального комфорту в індустрії гостинності.

12. Сутність та роль професійної етики і культури спілкування у діяльності підприємств готельного господарства

Катерина Верес, Єлизавета Кузьменко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Кожний заклад готельного господарства функціонує в економічному просторі, де склалися певні моральні цінності, принципи, культура. Тому підприємці та менеджери повинні будувати свої стосунки з підлеглими, партнерами на засадах етики.

Етична поведінка у закладі готельного господарства – потужний засіб формування його позитивного іміджу. Такі заклади несуть як юридичну так і соціальну відповідальність. У закладах формуються методи менеджменту на підставі вироблення управлінських рішень і таким чином реалізуються функції менеджменту.

Матеріали і методи. Заклади, розробляють внутрішні кодекси етики, створюють комітети з етики, здійснюють соціальні ревізії, організовують відповідні навчання працівників. У кодексах етики визначаються види етичної і неетичної поведінки. Як правило, вони складаються з двох частин. У першій перераховують загальні основи етичної поведінки закладу, у другій – конкретизуються дії, які з погляду закладу слід вважати неетичними.

У нашій країні етичні правила закріплені в законодавстві. Фактично всі правові норми є відображенням етичних поглядів.

Результати. Застосовування кодексу є стандартною практикою в готельних підприємствах і не тільки. На власному досвіді можна сказати, що це важливо, адже відносини в колективі можуть поширитись на гостей, як позитивні відносини, так і негативні.

Етика у сфері готельного обслуговування являє собою систему еталонних поведінкових норм працівників, високих духовних та моральних цінностей, принципи якої не повинні суперечити національними традиціями країни та сучасним вимогами світових стандартів, а культура обслуговування - це система цінностей і переконань, підтримуваних підприємством готельного господарства, яке реалізує ідею, що його головною метою є надання споживачу якісних послуг на основі визначених правил, процедур, системи заохочень і дій.

В очах споживача кожен працівник готелю є тією людиною, яка несе на собі відповідальність як за якість обслуговування, так і за інші сторони діяльності підприємства, які часто не пов'язані із службовими обов'язками. Бар'єри взаєморозуміння можуть виникати на різних етапах взаємовідносин. Але етичний бар'єр, який, як правило, формується підсвідомою реакцією в процесі комунікацій виникає при першому ж контакті. Перше враження про людину складається з зовнішнього вигляду, манери поведінки, стилю, одягу.

Висновки. На теперішній час є трендом етичне спілкування в цілому. А, отже, й в готельному господарстві це є важливим пунктом в сумлінній праці готелів. В даний час спілкування в готельних підприємствах досить важке, адже з ситуацією в усьому світі виникає питання: як надавати послугу, якщо потрібно триматись дистанції та засобів особистого захисту. Як споживач зрозуміє, що персонал радий йому. І завдяки лише вмінню спілкуватись, тобто, доброзичливо, з радістю, бажанням, споживач відчує це тепло, яке передається завдяки високим стандартам спілкування..

13. Маніпуляції в туристичному бізнесі

Інна Вінніченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Туризм є однією з галузей економіки у світі, що найбільш швидко розвиваються, що призводить до величезної кількості конкуренції між туристичними компаніями і збільшення маніпуляцій у даному бізнесі..

Матеріали та методи. Були застосовані такі методи дослідження як критичний аналіз, синтез, спостереження, статистика, порівняння та наукове узагальнення. Інформаційною базою для написання роботи слугували власні спостереження, наукові статті та монографії.

Результати. Осільки маніпуляція суспільною свідомістю стала технологією, з'явилися професійні працівники, що володіють цією технологією. До людей, свідомістю яких маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до об'єктів, які позбавлені волі вибору. Маніпуляція - це частина технології влади, а не вплив на поведінку друга чи партнера.

Маніпуляції в туристичному бізнесі можуть включати різноманітні види обману, які спрямовані на отримання прибутку від клієнтів за рахунок зменшення якості послуг або надання неповної інформації. Також, можуть включати незаконні або несумлінні дії.

Деякі з найпоширеніших маніпуляцій включають:

1. Недостовірна інформація про тури та послуги: туроператори та туристичні агенції можуть надавати недостовірну або спотворену інформацію про тури та послуги, щоб залучити більше клієнтів або підвищити ціни на свої послуги.

2. Приховані додаткові витрати: туристичні компанії можуть навмисно не згадувати про додаткові витрати, які можуть виникнути під час подорожі. Наприклад, вони можуть не згадувати про додаткові платежі за багаж, трансфери, візи тощо.

3. Нав'язування товарів та послуг: туристичні агенції можуть нав'язувати туристам різні товари та послуги, такі як екскурсії, сувеніри тощо. У деяких випадках ці товари та послуги можуть бути непотрібними або переплаченими.

4. Розповсюдження дезінформації: конкуруючі туристичні компанії можуть поширювати дезінформацію про інші компанії, щоб зашкодити їм та залучити більше клієнтів.

5. Незаконний продаж послуг: деякі туристичні компанії можуть продавати послуги, які вони не мають права продавати, як квитки на заходи або екскурсії в заборонені зони.

6. Порушення прав споживачів: туристичні компанії можуть порушувати права споживачів, наприклад не повертати гроші за скасовані тури або надавати низькоякісні послуги.

Щоб уникнути маніпуляцій у туристичному бізнесі, туристам слід ретельно вивчати пропоновані послуги та перевіряти репутацію туристичних компаній перед тим, як із ними укладати договори. Також корисно стежити за оглядами інших туристів та порадами експертів у галузі.

Висновки. Маніпулятивний стиль спілкування є соціально неприйнятним типом комунікативної поведінки. Маніпулювання виступає присвоєнням чужої волі, що може негативно позначитись на психічному здоров'ї людей. Але саме вона допомагає досягнути поставленої мети.

14. Бар'єри при спілкуванні у колективах різного складу як перешкода для ефективного управління туристичним підприємством

Інна Вінніченко, Дар'я Вогулкіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Бар'єри у колективі - обставини, які ускладнюють або зовсім переривають процес встановлення і розвитку комунікацій. Вони можуть бути пов'язані з характеристиками людей, установками, поглядами, інтересами, особливостями поведінки.

Матеріали та методи. Власні спостереження та особисте сприйняття ситуації стало причиною написання даної роботи. Були використані загальнонаукові традиційні методи дослідження: критичний аналіз наукової та методичної літератури, спостереження, синтез, статистика, порівняння, дедукція та індукція.

Результати. Контакт працівників між собою, як і будь-яка інша комунікація, передбачає існування певних труднощів, з якими доводиться зіштовхуватися керівнику. Ефективне управління комунікаціями можливе за умови правильного підходу до різних колективів та кожного працівника окремо.

Перешкоди, які спотворюють зміст повідомлення, перешкоджають ефективному спілкуванню, призводять до деформації сприйняття інформації є тими самими комунікативними бар'єрами. За психологічною природою вони слугують механізмом захисту від небажаної інформації. Вони можуть призводити до зниження результативності діяльності персоналу організацій, впливати на їх міжособистісні стосунки, емоційний стан, ступінь задоволення роботою тощо.

На практиці найчастіше зустрічаються комбіновані колективи. Зіткнення двох статей та їх різних характеристик призводить до утворення певної кількості комунікативних бар'єрів, що в результаті ускладнює управління цілим підприємством.

По-перше, до таких перешкод можна віднести нерівну заробітну плату. У сучасній Україні заробітки чоловіків на 20 % вище за жіночі. Існуюче становище пояснюється тим, що деякі роботодавці уникають жінок працівників або ж оцінюють їх роботу у меншому грошовому еквіваленті, бо це незручний працівник через свою здатність піти у декретну відпустку.

По-друге, поява романтичних стосунків на робочому місці не рідкість. Загальна закономірність спілкування між статями полягає у тому, що чоловіки і жінки оцінюють нове обличчя у фірмі, групі, команді з позиції сексуальної привабливості. Тобто уникнути впливу статевого фактору на ділові відносини практично неможливо. Статеві відмінності часто роблять партнерів «проблемою» один для одного, створюють часом несвідомі комунікативні бар'єри. Сюди ж відноситься флірт, який може сприяти розділенню колективу. Конкуренція, привернення уваги керівництва та відверта боротьба руйнує ефективну комунікацію.

Висновки. У змішаних колективах встановленню психологічного контакту сприяє розуміння особливостей психології чоловіків та жінок, а також знання способів завоювання симпатій та розташування у обох статей. Розглянемо деякі з цих рекомендацій.

Література

1. Філоненко М. Психологія спілкування: Навчальний посібник / К. : Центр учбової літератури, 2008.- 224 с.

15. Інформаційні системи і технології як засоби інтенсифікації управлінської діяльності туристичного підприємства

Інна Вінніченко, Юлія Журба

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Інформація є джерелом життєдіяльності туризму. Для підвищення своєї конкурентоспроможності компаніям не обійтись без використання нових інформаційних технологій та інноваційних методів управління.

Матеріали і методи. у ході дослідження використовувалась нормативна і законодавча документація, публікації в спеціалізованих періодичних виданнях, навчальна література, наукова література вітчизняних та зарубіжних авторів. Серед активних методів: аналіз, синтез, класифікація, порівняльний.

Результати. Інформаційні системи забезпечують збір, зберігання, обробку, пошук, видачу інформації, необхідної в процесі прийняття рішень завдань із будь-якої області. Вони допомагають аналізувати проблеми й створювати нові продукти. Інформаційні технології (ІТ) можна визначити як сукупність програм, що реалізують функції збору, накопичення, зберігання, обробки та передачі даних на основі використання обраного набору технічних засобів за участю менеджерів.

При проведенні дослідження і аналізу інформаційних систем і технологій як засобів інтенсифікації управлінської діяльності визначається, що найбільший вплив інформаційні технології справляють на процес просування туристичного продукту в сфері реклами. Останнім часом більшість туристичних підприємств створюють свої власні сайти в Інтернеті, а також використовують банерну рекламу. Інтернет став рушійною силою рекламного ринку, особливо в Західній Європі, і почав активно розвиватись в Україні.

Одним із основних напрямів застосування інформаційних технологій у туризмі є впровадження мультимедійних технологій, зокрема довідників і каталогів.

Використання мультимедійних технологій оперативно надає потенційному клієнтові інформацію про будь-який тур, що його цікавить, і тим самим дозволяє швидко і безпомилково вибрати відповідний турпродукт. Клієнт може спланувати програму туру, вибрати його за заданими оптимальними параметрами (ціна, система пільг, система транспорту, сезон тощо) [1, ст.13].

Інтенсифікація управління передбачає вплив керованої підсистеми на керовану із активним застосуванням нових технологій і техніки, форм організації праці, раціональним використанням, мотивації та розвитку, для досягнення поставлених завдань.

Висновки. Отже, інтенсифікація управління туристичних підприємств потребує покращення технічного забезпечення, що сприятиме автоматизації та механізації управлінської праці.

Література

1. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.140103 "Туризм" / В. П. Гаврилов. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 168 с.

16. Шляхи удосконалення team-building як сучасного методу командного менеджменту організації сфери послуг

Інна Вінніченко, Валерія Попова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успішна діяльність сучасних організацій сфери послуг визначається різними факторами, одним з яких є персонал, і зокрема проблема створення стабільного згуртованого колективу, питання командування.

Матеріали і методи. Використовували структурно-функціональний та проблемний підходи для пошуку шляхів вдосконалення team-building, обґрунтування його актуальності в сучасному бізнес-середовищі, оскільки успіх будь-якої організації значною мірою залежить від ефективності та сплоченості команди.

Результати. Team-building допомагає розвивати ефективну комунікацію, співпрацю та взаємодію в команді, що є важливим для успішної роботи в організації сфери послуг. Використання різноманітних ігор та вправ допомагає покращити взаємодію в команді, розвиває навички співпраці та вирішення проблем. Тренінги та семінари, спрямовані на розвиток вмінь лідерства, ефективного управління та комунікації в команді, є корисними для підвищення ефективності роботи команди в організації сфери послуг. Team-building допомагає збільшити продуктивність та знизити ризик конфліктів у команді, що сприяє досягненню кращих результатів в організації сфери послуг.

У якості одного з варіантів формування працездатної команди, на наш погляд, слід запропонувати проведення в організації конкурсів професійної майстерності. Бажання бути одним із кращих може виявитися більш діючою мотивацією, ніж грошова винагорода. Однак змагальність не повинна переходити у тверду конкуренцію всередині колективу. Найкраще, якщо фіналісти таких внутрішніх чемпіонатів потім одержать можливість участі в такому заході з колегами з інших організацій, при цьому буде відбуватися згуртування співробітників, оскільки за кожного учасника будуть вболівати його колеги. Конкурси не тільки будуть стимулювати ріст професійної майстерності, але й забезпечувати "горизонтальний" кар'єрний ріст. Співробітникам необхідно продемонструвати перспективу їх розвитку.

Висновок. Завдяки team-building можна покращити ефективність роботи команди, збільшити продуктивність та зменшити ризик конфліктів. Крім того, team-building допомагає підтримувати високий рівень мотивації та залученості учасників команди до спільних цілей. Таким чином, удосконалення team-building є важливим елементом успішного функціонування організацій сфери послуг та досягнення їх бізнес-цілей.

Література

1. Стернин И. Г. Деловая игра как инструмент развития корпоративной культуры: <http://www.corpculture.ru/content/delovaya-igra-kak-instrument-razvitiya-korporativnoi-kultury> 21/12/2007
2. Гращенко С. І. Хмурова В. В. Тімблдинг як сучасний метод командного менеджменту організації сфери послуг // Режим доступу: http://mev.khnu.km.ua/load/2013/5_ljudskij_potencial_ta_jogo_konkurentospromozhnist_u_rozvitku_socialno_trudovikh_vidnosin/35-1-0-169.

17. Документування подій битви за Київ-2022 у музейному просторі

Яніна Гаврилова

Всеукраїнська асоціація гідів, Київ, Україна

Вступ. Тема російсько-української війни нині в центрі суспільної уваги в усьому світі. Демонстрації, публічні виступи, перформанси – світова громадськість не втомлюється нагадувати про необхідність підтримки України та притягнення росії до відповідальності за скоєні злочини. Битва за Київ - одна з ключових битв у ході російського вторгнення в Україну 2022 року. Документування і опис героїчної оборони Києва та Столичного регіону від 24 лютого і до початку квітня 2022 року потребує ретельного наукового і методологічного підходу, дотримання норм закону і суспільної етики.

Результати. Рушієм розвитку сучасного музею та його роботи з документування подій є пошук грантів. Оскільки музеї є державними або приватними підприємствами, то отримання грантів від фондів на рахунок неприбуткової організації, якими є громадські організації вирішує масу питань, зокрема питання фінансової незалежності від держави.

Громадська спілка «Всеукраїнська асоціація гідів» (далі – ГС ВАГ) як неприбуткова організація сприяє музейній діяльності через партнерство і грантово-проектну підтримку.

Проект «Опис подій: битва за Київ 2022» був запропонований ГС ВАГ двом музеям з різною формою власності :

- Національний музей-заповідник «Битва за Київ».
- Приватний музей «Музей історичної зброї в Броварах».

Концепція проекту. Битва за Київ повномасштабного російського вторгнення в Україну у 2022 році - одна з ключових подій. Неймовірними зусиллями наших воїнів, волонтерів, бійців тероборони, простих громадян вража навала була зупинена. «За три дні взяти Київ» - цей вислів для українців має величезне значення. За цими першими днями 2022 року стоїть велика сила духу наших воїнів та всіх українців.

Мета проекту - описати та задокументувати (створити книгу хроніки подій) перебіг російського вторгнення на Київщину на початку війни, та героїчні подвиги воїнів ЗСУ, волонтерів, бійців територіальної оборони, які стали на захист столиці України.

Завдання проекту :

- Знайти та задокументувати першоджерела, первинні джерела інформації про наступ на Київ 2022 року.
- Зібрати розповіді від «першої особи», зробити віртуальну "Книгу пам'яті" та розмістити ці історії в експозиціях двох музеїв: в Музеї історичної зброї в Броварах (події Лівобережжя) та в Національному музеї-заповіднику «Битва за Київ» (події Правобережжя).

Висновки. Проект буде сприяти роботі зацікавлених сторін у документуванні воєнних злочинів скоєних проти певних груп, чи категорій людей, у документуванні воєнних злочинів у екологічній сфері, злочинів проти культурної та історичної спадщини, сприяти формуванню у українського суспільства, громадян інших країн розуміння специфіки воєнних злочинів та відповідальності за них, особливостей та можливих форм залучення цивільних осіб до процесів документування воєнних злочинів.

18. Брендинг туристичного підприємства

Вікторія Гагач, Олена Харченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні за високої конкуренції на ринку туристичних послуг питання створення з власної торгової марки бренду займає важливе місце в портфелі стратегій туристичних фірм.

Матеріали і методи. Для дослідження даної теми використовувались загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: метод аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. У сучасному маркетинговому тлумаченні бренд (англ. brand) – це назва, знак, символ, дизайн, призначений для ідентифікації товарів чи послуг з метою виділення їх з усієї торгової групи. Брендинг необхідний для індивідуалізації образу підприємства, створення у свідомості споживачів відповідного образу та прихильності до конкретного підприємства; допомагає формувати та підтримувати імідж підприємства, конкурувати на ринку. Крім того, брендинг є свого роду філософією управління підприємством, яка дає змогу впливати на свідомість споживачів з метою створення прихильності до товарної марки.

Брендинг є сукупністю таких складників, як торговельна марка, товарний знак, бренд. Під торговельною маркою розуміють назву, під якою рекламують та просувають товар чи послугу на ринок, а з іншого боку - вираження іміджу, ділової репутації підприємства, споживчих властивостей товару або послуги. Товарний знак є складовою частиною торгової марки (символ, знак, певне поєднання букв і шрифтів, малюнок, що зареєстрований у встановленому порядку і дає змогу ідентифікувати підприємство чи його продукцію). Перетворення марки у бренд відбувається тоді, коли об'єктивне сприйняття цінностей продукту і власне торговельної марки замінюється стійким особистим ставленням до нього (від лояльного споживача-прихильника-соратника до відданого споживача). Споживач дає свою суб'єктивну оцінку атрибутам торгової марки: якості, надійності, безпеці, ергономічності, дизайну, назві продукту чи послуги, додаючи до неї емоції.

Ефективна реалізація брендингу, її результативність залежить не тільки від професіоналізму і підприємницької культури рекламодавця, а й від їхньої можливості працювати з інтелектуальною власністю, товарними знаками, дизайном і текстами. Процес моделювання бренду складається з певних послідовних етапів:

- дослідження ринку туристичних послуг та його конкурентного середовища;
- вивчення потреб споживачів та їх вимог щодо існуючих брендів;
- визначення стратегій бренду;
- створення ідеї бренду;
- вибір назви товару;
- маркетинговий аналіз;
- попереднє тестування;
- бренд повинен бути невід'ємною частиною туристичного підприємства і завершальним у формуванні свого позитивного іміджу у свідомості споживачів.

Висновки. Брендинг - це довготерміновий процес формування іміджу підприємства та створення у свідомості споживача позитивного образу компанії чи товару, послуги, що досягається завдяки застосуванню комплексу ефективних сучасних маркетингових комунікацій. Вдало розроблений та розкручений бренд деякою мірою надалі рекламує сам себе.

19. Сучасний стан туристичної індустрії Закарпатської області

Анастасія Гасс, Олена Харченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Закарпатській області та інтеграції у світову туристичну індустрію.

Результати. Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Закарпатській області, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Основними напрямками розвитку туристичної галузі в області є бальнеологічний, гірськолижний, сільський, пішохідний туризм. У краї є всі умови для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, які набули популярності. Однак наявний туристичний потенціал реалізований недостатньо, насамперед, через проблеми пов'язані з інфраструктурою області. Аналіз динаміки туристичних потоків, наприклад, показав, що у цілому вона мала неоднорідний характер, що зумовлено політично-економічними подіями та епідеміологічною ситуацією в країні. Найбільше гостей, що відвідали регіон і зупинилися на базах відпочинку, спостерігалось у 2019 р., починаючи з 2011 р. Спад обсягу туристичних потоків у Закарпатській області пояснюється доступністю відпочинку за кордоном, вимогами туристів щодо комфортності житла, обслуговування, у тому числі медичного, транспорту, доріг, та ін. Не відповідає якість надаваних послуг в аналізованому регіоні їх вартості, існуючі ціни завищені. Туристичні підприємства всіх типів не витримують конкуренцію з іноземними курортами. І, як наслідок, це позначається на динаміці туристичних потоків.

Війна торкнулася сфери туризму, яка тільки починала набирати обертів після двох років протипандемічних обмежень. І хоча Закарпатська область є найбільш захищеною від ракетних ударів, загальні втрати країни та військова ситуація позначилась і на туристичній індустрії регіону:

- менеджмент туристичного бізнесу наразі більш зосереджений на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби;
- мінімізовані маршрути довкола важливих державних і військових об'єктів, які можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів російського агресора;
- іноземні туристи не мають можливості і бажання відвідувати Україну через регулярні масові артилерійські обстріли та ракетнобомбові удари, суттєві руйнування інфраструктури, враховуючи підвищену небезпеку у світлі військових дій та припинення авіасполучення;
- здебільшого на території області перебуває внутрішній турист, який за структурою середнього чека є «бюджетним»;

Висновки. Незважаючи на втрати українського туристичного сектору через війну, протягом січня-грудня 2022 року до місцевих бюджетів Закарпатської області сплачено 19 млн 471 тис. 300 грн туристичного збору, що на 65,7 % більше аналогічного періоду 2021 року. Зростання та сплата туристичного збору позитивно впливає на розвиток туристського потенціалу та активізацію ринку Закарпатської області.

20. Сучасні технології в туристичному страхуванні

Любов Івченко, Віта Домбровська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Страхування в туризмі останнім часом стає однією із найважливіших складових туристичної подорожі. В якісних страхових послугах зацікавлені як споживачі, так і підприємства туристичного бізнесу. При цьому практично кожна страхова компанія наразі здійснює певні кроки, спрямовані на зміни умов комунікації із клієнтами та розробку нових актуальних страхових продуктів.

Матеріали та методи. В роботі використовувалась інформація державних офіційних джерел, матеріали наукових робіт, публікації в періодичній пресі, законодавчі акти.

Результати. Особливої гостроти проблема організації захисту туристів під час подорожі за допомогою надійного страхового полісу набула з часів виникнення надзвичайної ситуації у 2020р., коли епідемія COVID-19 практично зупинила туристичні потоки по всьому світу. Додаткові аргументи на користь придбання якісного страхового полісу з'являються після повідомлень про банкрутство туристичних операторів та їх неможливості виконувати свої зобов'язання перед клієнтами, зокрема, повернення туристів з точки перебування додому.

До сучасних технологій, які здійснюють суттєвий вплив на роботу страхових компаній в плані розробки і пропозиції на ринку нових продуктів, слід віднести [1]: використання штучного інтелекту для прискореної підготовки фінансової звітності, впровадження технології доповненої реальності, реконструкції страхових подій із застосуванням машинного зору; провадження чат-ботів, віртуальних співрозмовників та віртуальних страхових агентів як нових каналів спілкування з клієнтами; використання машинних даних для виключення людського фактора під час укладання страхових контрактів та прийняття рішень про виплати; задля поліпшення клієнтського сервісу - використання автоматичної обробки текстів (відгуків, запитів); застосування засобів віртуальної кібер-безпеки для запобігання витоку даних та випадків шахрайства; впровадження телематики для моніторингу основних показників руху автомобілів та інше.

Вимоги до змін, як в програмах туристичного страхування, так і в способах представлення страхового продукту, сформульовано в Статті 29 Законопроекту №4162 «Про внесення змін до Закону України "Про туризм" та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму».

Таким чином, поява нових програм у туристичному страхуванні тісно пов'язана як із законодавчою діяльністю, так і з сучасними технологіями, які все активніше використовуються у всіх видах страхування.

Висновки. Впровадження сучасних технологічних нововведень в організацію туристичного страхування, яке поштовх до чого відбувся під час карантинних обмежень, дозволить не тільки об'єктивно оцінювати збитки, що виникають при настанні страхового випадку в масових видах страхування туристів, а й ширше використовувати страхування специфічних ризиків.

Література

1. Онлайн-журнал «Форіншурер». URL: <https://forinsurer.com/news/>

21. Перспективи виникнення темного туризму в Донецькій області

Любов Івченко, Валентин Чупахін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Туристичний бізнес є важливою галуззю економіки невиробничої сфери і являє для промислової Донецької області особливу значимість. Суттєві зміни, які наразі відбуваються з українським суспільством, неодмінно вплинуть на подальший розвиток туристичного бізнесу країни, а особливо, Донецького краю. З оглядом на те, які руйнування виробничої та соціальної інфраструктури залишаються внаслідок бойових дій в цьому регіоні, гинуть та покидають зруйновані домівки люди, існує велика ймовірність виникнення нового напрямку туризму Донеччини, а саме, темного туризму.

Матеріали та методи. В роботі використовувалась інформація державних офіційних джерел, матеріали наукових робіт, дані державної статистики.

Результати. "Темний» туризм (англ. dark, black, grief tourism) - один із основних трендів розвитку сучасної туристської індустрії. Кількість людей, що здійснюють подорожі до місць трагедій, геноцидів, ув'язнення, природних катаклізмів постійно зростає.

Найбільш яскравим підтвердженням цієї тенденції в Україні є швидке зростання відвідувачів, особливо іноземних, Чорнобильської зони відчуження.

Вже зараз, коли військова агресія ще триває, до України приїжджають державні та громадські діячі, журналісти з метою відвідування зруйнованих але звільнених місць, де починає відновлюватися життя. Туристичні підприємства організовують супровід по деокупованих містах, таких, як м. Буча, м. Ірпінь, м. Бородянка, м. Гостомель та іншим. Туром таку подорож назвати важко, тому що, по-перше, в країні досі іде війна, а по-друге, в цих пропозиціях не зазначено, що ними може скористатися будь який український або іноземний громадянин.

Величезну шкоду, яку наразі завдають Донеччині військові дії, неможливо порівняти з жодними впливами важкої промисловості на природні ресурси цього регіону. Більш того, зруйновано потужні сучасні підприємства, продукція яких відома на весь світ. Туризм на цій території практично завмер, а організація відпочинку з використанням місцевих ресурсів неможлива. Проведені дослідження дозволяють прогнозувати появу нових напрямів розвитку туризму області після завершення війни. Два міста Донеччини заслуговують на особливу увагу в плані організації до них турів «темного» туризму – це м. Бахмут та м. Соледар. Ці міста відомі продукцією найпотужніших підприємств країни – заводом «Artwinery» - найбільшим у Східній Європі виробництвом ігристих вин за класичними методами та ДП "Артемсіль" – найбільшим в Європі підприємством з солевидобутку. Зруйновано інфраструктуру цих підприємств на поверхні, але гіпсові штольні та соляні шахти зруйнувати практично неможливо.

Висновки. Завдяки таким видам туризму, як темний та волонтерський туризм, можна підвищити загальний туристичний попит на території Донецької області, залучити кошти для відновлення. Соціальна складова поширення таких турів – це можливість донести правду про події, які досі тривають, зберегти пам'ять про трагічні сторінки нашої історії, щоб не допустити їх повторення, водночас це проява поваги до жертв таких подій.

22. Застосування інновацій на туристичних підприємствах

Євгеній Кузнєцов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. Необхідно використовувати інноваційний менеджмент, щоб забезпечити ефективність і прибутковість даної сфери послуг.

Матеріали і методи. Використано загальнонаукові методи теоретичного емпіричного пізнання (аналіз, синтез, узагальнення) при дослідженні застосуванні технологічних інновацій на туристичних підприємствах.

Результати. Інновації в туризмі - це розробка, створення нових туристичних маршрутів, продуктів, видів туризму, технологій обслуговування із застосуванням нових туристичних ресурсів, сучасних досягнень науки і техніки, інформаційних технологій, впровадження яких сприяє економічному розвитку туристичних підприємств, а також дозволяє покращити туристичний імідж країни та її регіонів.

Основними напрямками інноваційної діяльності туристичних організацій є: використання нової техніки і технологій у наданні традиційних послуг; упровадження нових послуг з новими властивостями; використання нових туристичних ресурсів, що раніше не використовувалися; зміни в організації виробництва та споживання традиційних туристичних послуг; виявлення та використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів

Ключовими завданнями інноваційної діяльності на підприємстві є :

- Планування інноваційної діяльності організації. Воно починається з формулювання місії, яка виражається в орієнтації діяльності організації на інновації. Наступний крок – це визначення стратегічних напрямів інноваційної діяльності та постановка цілей в кожному з них. Потім керівництво організації вибирає оптимальну для кожного напрямку інноваційну стратегію розвитку. На основі інноваційної стратегії формуються довгострокові, середньострокові і короткострокові плани, які реалізуються на основі конкретних дій менеджерів і співробітників.

- Організація інноваційної діяльності. Ця функція полягає у формуванні процесів і структур, що підтримують інновації.

- Мотивація учасників інноваційної діяльності. Формування сприятливої організаційної культури, створення креативної команди, здатної досягати поставлених цілей, встановлення ефективної системи винагороди праці – все це завдання мотивації персоналу.

- Систематична оцінка результатів інноваційної діяльності. Інноваційну діяльність необхідно постійно оцінювати для того, щоб перевіряти правильність обраної стратегії і вчасно вживати коригувальні дії.

Висновки. У сучасних умовах розвиток туристичного бізнесу значно залежить від упровадження інноваційних технологій. На сьогодні у сфері туризму простежуємо тенденцію до активного використання інформаційних технологій, які не тільки оптимізують туристичну діяльність, а й впливають на конкурентоспроможність підприємств на ринку.

23. Перспективи розвитку турів вихідного дня

Ірина Мельник, Аліна Бобко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Тури вихідного дня – один з найпопулярніших видів туризму в усьому світі. Тури вихідного дня дозволяють людям відвідувати нові місця, насолоджуватися природою та культурою, не залишаючи домівки на тривалий час. З розвитком технологій і зростанням доходів попит на такі тури зростає, створюючи безліч можливостей для туристичної індустрії.

Матеріали і методи. В роботі застосовувалися матеріали статей з даної тематики. Для написання тез були застосовані такі методи дослідження: метод аналізу та синтезу, логічного узагальнення (при формулюванні висновків).

Результати. Туроператори зазначають, що при введенні карантинних обмежень і запровадженні нових безпекових правил попит на довгострокові поїздки значно скоротився, відбулася переорієнтація на тури вихідного дня або міні-поїздки.

Міні-поїздки є напрямом, який визначає сучасні тенденції розвитку туристичної галузі, передбачає орієнтацію туристів на отримання унікальних вражень та досвіду під час поїздки. Особливо актуальний такий короткий відпочинок в умовах постійної зайнятості жителів мегаполісу. Зараз за 2-3 дні вікенду, можливо побувати у найвіддаленіших куточках планети, злітати на море, побувати у горах, побачити друзів або родичів з іншої країни, насолодитися зміною обстановки для стабілізації психологічного стану при сучасному розвитку ринку авіаперевезень, автомобільного та залізничного транспорту [1].

Тури вихідного дня набувають популярності, оскільки мають багато переваг, а саме: більш доступні ціни, коротший час у дорозі, можливість відвідати багато різних місць і познайомитися з новими людьми.

Очікується, що розвиток турів вихідного дня продовжиться і навіть зросте в майбутньому. Ось декілька причин:

1. Збільшення кількості людей, які працюють віддалено або мають гнучкий графік роботи, що дозволяє їм відвідувати нові місця під час вихідних.
2. Збільшення інтересу до здорового способу життя та активного відпочинку, що може стимулювати людей до здійснення одноденних поїздок.
3. Зростання популярності маленьких міст та регіонів, які можна відвідати за декілька годин (через зручне розташування біля великих міст).
4. Збільшення доступності транспорту, такого як автомобілі на прокат або громадський транспорт, що дозволяє людям легко переміщуватися між різними місцями.
5. Збільшення можливостей для онлайн-бронювання і планування поїздок, що дозволяє людям самостійно знайти та забронювати тур вихідного дня.

Висновки. Розвиток турів вихідного дня є дуже перспективним у портфелі пропозиції туристичних операторів, оскільки має широку цільову аудиторію через конкурентоспроможну ціну і можливість поєднання відпочинку з культурно-пізнавальними цілями.

Література

1. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії : Агросвіт. 2022. № 3. С. 8. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.49

24. Інформаційні тури для стейкхолдерів лікувально-оздоровчого туризму

Ірина Мельник, Ірина Ковальчук

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні перебуває у фокусі місцевих лікувально-оздоровчих закладів, однак важливу роль тут відіграють і регіональна адміністрація, місцева громада, туристичні оператори, заклади розміщення і харчування, потенційні туристи.

Матеріали і методи. Розвиток окремих видів туризму визначається потенціалом регіону, залежить від скоординованості дій та ефективності співпраці всіх зацікавлених сторін-стейкхолдерів.

Результати. Кожна область України на регіональному рівні розв'язує питання забезпечення реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, створює умови для розвитку туристичної і курортно-рекреаційної індустрії, провадження екскурсійної діяльності, а також залучення інвестицій у будівництво нових та реконструкцію діючих об'єктів туристичної інфраструктури, подає пропозиції щодо формування державної політики у сфері туризму та діяльності курортів, роз'яснює через засоби масової інформації зміст державної політики у сфері культури, туризму та курортів. Регіональна адміністрація сприяє створенню мережі туристичних інформаційних центрів у регіоні, які виконують функції консультування і надавати інформації про туристичні можливості та місцеві ресурси, доступні туристам, в тому числі через інформаційні портали та соціальні месенджери. Об'єднуючи ресурси лікувально-оздоровчих закладів, регіональної влади і інформаційних центрів, створюється ядро стейкхолдерів, зацікавлених у збільшенні попиту на лікувально-оздоровчі послуги.

Одним з заходів, спрямованих на вирішення проблем розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні є посилення промоції туристично-рекреаційного потенціалу його курортів. Зокрема, пропонується організація та проведення інформаційних промо-турів та прес-турів туристичними місцями області для представників туристичних компаній, туристично-інформаційних центрів, засобів масової інформації, інших зацікавлених організацій. При складанні маршрутів необхідно враховувати, що найкращим варіантом є поєднання лікувально-оздоровчої мети подорожі з культурно-пізнавальною метою.

Для інформування стейкхолдерів і активного їх залучення до участі у інформаційних турах формується медіаплан, спрямований на доведення інформації про туристичні пропозиції санаторно-курортних закладів, а також про наявні в регіоні туристичні природно-кліматичні та історико-культурні ресурси.

Висновки. Ключовими стейкхолдерами розвитку лікувально-оздоровчого туризму в регіоні є лікувально-оздоровчі заклади та регіональні адміністрації. Також високий рівень впливу мають туроператори, але оскільки переважна частина іноземних та внутрішніх туристів подорожують самостійно, то не менше значення мають заклади розміщення та харчування, а також перелік доступних лікувально-оздоровчих послуг. Інформаційні тури для стейкхолдерів розвитку лікувально-оздоровчого туризму є дієвим інструментом промоції послуг лікувально-оздоровчих закладів.

25. Технологічні інновації у діяльності підприємств туристичного бізнесу

Ірина Мельник, Анжела Погребняк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Впровадження технологічних інновацій сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств туристичного бізнесу та є невід'ємною частиною їх стратегії розвитку. Нові рішення сприяють оптимізації бізнес-процесів, дозволяючи суб'єктам ринку зосередитися на вивченні потреб сучасних туристів, розробці для них пакедж-турів і індивідуальних пропозицій.

Матеріали і методи. Діджиталізація бізнес-процесів підприємств туристичного бізнесу змінює самі подорожі, формує нового туриста, створює нові умови для відпочинку, визначає нові гарантії безпеки подорожей.

Результати. Розвиток мобільних технологій і способів безконтактної оплати сприяє діджиталізації бізнес-процесів. Світові лідери туристичного бізнесу вже довели ефективність роботи із власними мобільними додатками, які дозволяють бронювати і оплачувати послуги, отримувати консультації і підтримку тощо.

Мобільний додаток Marriott Bonvoy від готельної корпорації Marriott International надає унікальні можливості для гостей, супроводжуючи їх на всіх етапах обслуговування: бронювання, реєстрація, поселення, отримання доступу до номеру, замовлення послуг, їх оплата тощо. Функція чату в додатку дає можливість отримати швидко допомогу. Особистий кабінет Marriott Bonvoy, доступний на семи мовах: англійській, французькій, іспанській, німецькій, китайській, японській, корейській, є для гостя підтвердженням участі у програмі лояльності готельної мережі, дозволяє персоналізувати пропозиції і умови перебування [1].

Чат-боти, віртуальні черги і QR-коди дають змогу туристу розрахувати свій час та зменшити тривалість очікування у чергах при обслуговуванні, зокрема, через сканування туристом QR-меню (віртуального меню) у ресторанах. Для уникнення фізичного обміну картками та готівкою через пандемію безконтактні способи оплати стали майже необхідністю.

Сучасні готельні підприємства використовують технологію «Інтернет речей» (The internet of things - IoT) як інструмент маркетингової стратегії та з метою покращення взаємодії з гостями. Готель ARIA Resort & Casino у Лас-Вегасі надає доступ до управління освітленням і кондиціонуванням у номерах за допомогою спеціального дисплею [2]. Ресторанні підприємства використовують роботів для доставки замовлень гостям. Особливе місце приділяється віртуальним турам як візуалізації приміщень готелю (включаючи як номерний фонд, так і приміщення загального користування), візуалізації пам'яток історії, архітектури і мистецтва, що дозволяє потенційним туристам досліджувати місця, перш ніж вирушити у мандрівку.

Висновки. Готелі, авіакомпанії, туристичні оператори, ресторани зробили мобільні технології частиною своїх бізнес-планів. Ефективне управління підприємствами туристичного бізнесу, базуючись на операційних процесах і стандартах обслуговування, передбачає використання сучасних концепцій і технологічних рішень.

Література

1. Мобільний додаток Marriott Bonvoy. URL: <https://mobile-app.marriott.com/en-us>
2. Готель ARIA Resort & Casino. URL: <https://aria.mgmresorts.com/en.html>

26. Механізми та принципи реалізації успішного івенту

Тетяна Мірзодасва, Максим Драпак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успішний івент - це подія, яка досягає своєї мети та забезпечує задоволення учасників. Така подія може бути будь-якої масштабності та тривалості, від невеликих конференцій до світових виставок та спортивних змагань. Україна має потенціал стати провідною країною у проведенні різних івентів, якщо організатори продовжуватимуть враховувати потреби своїх відвідувачів та ставитися до своєї роботи з відповідальністю та професіоналізмом.

Матеріали і методи. Успішний івент - це подія, яка має чітко сформульовану мету, правильно обраний формат та місце проведення, якісну програму, ефективну комунікацію з учасниками, якісну організацію та чіткий фінансовий план. Якщо всі ці аспекти враховані, івент буде успішним і отримає позитивний відгук від учасників та організаторів.

Результати. Для того, щоб івент був успішним, необхідно дотримуватись декількох характеристик.

Першою характеристикою успішного івенту є чітко сформульована мета. Організатори повинні зрозуміти, що саме вони хочуть досягти за допомогою свого івенту.

Другою характеристикою успішного івенту є правильно обраний формат та місце проведення. Формат повинен бути відповідним меті івенту та потребам аудиторії.

Третьою характеристикою успішного івенту є наявність якісної програми. Програма повинна бути цікавою та корисною для аудиторії.

Четвертою характеристикою успішного івенту є наявність ефективної комунікації з учасниками. Організатори повинні забезпечити якісний обмін інформацією про івент до його проведення та під час нього.

П'ятою характеристикою успішного івенту є якісна організація під час проведення. Організатори повинні забезпечити відповідальних та компетентних працівників, які зможуть виконувати свої обов'язки на високому рівні.

Шостою характеристикою успішного івенту є наявність чіткого бюджету та фінансового плану.

За останні 5 років Україна була свідком проведення багатьох відомих та успішних івентів. Однак, на мою думку, серед них можна виділити три найбільш успішні.

Першим прикладом є фестиваль Atlas Weekend, який проводиться в Києві щорічно з 2015 року. Цей фестиваль об'єднує більше 200 тисяч відвідувачів з різних куточків України та світу.

Другим прикладом успішного івенту є Ukrainian Fashion Week, який відбувається в Києві двічі на рік з 1997 року. Ukrainian Fashion Week є найбільшим та найпрестижнішим модним заходом в Україні, на якому показують свої колекції провідні українські та світові дизайнери.

Висновки. Вибір цих трьох прикладів успішних івентів зумовлений тим, що вони були дуже популярні та отримали велику кількість позитивних відгуків. Україна має великий потенціал у проведенні масштабних заходів та може привернути велику кількість відвідувачів. Крім того, ці івенти показали, що успіх залежить не тільки від якості виконання, але й від того, як організатори задовольняють потреби своїх відвідувачів та як вони створюють зручні умови для них.

27. Досвід ЄС у розвитку історико-культурного туризму

Тетяна Примак, Богдан Палагута

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Туристичні пам'ятки відіграють провідну роль у культурній політиці та зусиллях сприяти розвитку культури, однак сучасний туризм зосереджений на важливості збереження культурної спадщини як засобу не лише стимулювання економічного розвитку, але й сприяння ідентичності та культурному різноманіттю.

Матеріали і методи. На рівні ЄС історико-культурний туризм розглядається як важливий ресурс, який не лише забезпечує економічний розвиток, але й може розвивати культурну гармонію всередині ЄС. Досвід ЄС у підходах до регулювання історико-культурного туризму є передовим та важливим для України, тому проаналізуємо підходи ЄС до використання культурно-історичної спадщини для розвитку туризму.

Результати. Культурний туризм завжди був складною сферою для Європейської Комісії в минулому, оскільки ні культура, ні туризм не були конкретно названі в Римському договорі як сфера компетенції ЄС. Ситуація змінилася після Маастрихтського договору 1991 року, який включив статтю 128, наголошуючи на важливості культури як сфери розвитку політики. Культурний туризм і культурні пам'ятки також стали центральними для більшої частини діяльності регіонального економічного розвитку, що фінансується Європейською Комісією. Рада Європи також активно розвиває культурний туризм як засіб підтримки культури. Зокрема, Рада Європи брала активну участь у створенні ряду європейських культурних маршрутів. Головною метою Ради Європи для сприяння культурному туризму є забезпечення поширення європейської культури та надання ресурсів для збереження культурних артефактів, які відвідують туристи.

Важливо зазначити, що, просуваючи туристичний продукт, потрібно зберігати історичний вигляд території. За цих умов втілення програми розвитку туризму на основі використання історико-культурного та природного потенціалу України не лише збільшить фінансові надходження, але й стане важливим культурно-пізнавальним чинником для туристів і місцевого населення. Цього можна досягти шляхом розроблення та впровадження державної стратегії підтримки розвитку туристичної діяльності, заснованій на реалізації потенціалу культурної та природної спадщини України на міжнародному, державному, регіональному та місцевому рівнях, зокрема шляхом формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів, включення об'єктів культурної спадщини України до міжнародних туристичних маршрутів, забезпечення їх популяризації та інформування про різноманіття наших природних ресурсів і багатство культурної спадщини засобами масової інформації, наукових, науково-популярних, навчальних і туристичних видань тощо.

Висновки. Споживання культурних пам'яток стало важливим аспектом нашого повсякденного життя. Для просування національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках потрібна цілеспрямована організаційна та фінансова підтримка держави. Окрема фірма чи підприємство не в змозі повноцінно та всеохопно рекламувати національний туристичний продукт чи його складники – регіональні та місцеві туристичні продукти. Менеджмент туризму має діяти на основних трьох рівнях – національному, регіональному та місцевому, водночас він має бути залученим у глобальну туристичну структуру.

28. Розвиток зеленого туризму на території Херсонської області

Тетяна Примак, Ангеліна Шорохова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сільський зелений туризм на світовому ринку туристичних послуг є досить рентабельною й розвиненою сферою економіки. З подальшою урбанізацією попит на цей вид туризму в світі збільшуватиметься, а отже й збільшуватиметься потреба в агросадибах, сільських господарствах й туристично привабливих ділянках територіях, що ці послуги зможуть запропонувати.

Матеріали і методи. Існує потреба в формуванні стратегічного бачення розвитку сільського зеленого туризму із урахуванням туристичних перспектив й наявного аграрного потенціалу сільської місцевості, а також формування конкурентоспроможного туристичного продукту, що здатний забезпечити соціальний та економічний розвиток селища, задовольнити потреби населення в туризмі та відпочинку із урахуванням принципів сталого розвитку територій.

Результати. Зелений туризм є привабливим для населення великих міст, що мріють хоча б на кілька днів відпочити від метушні в природному середовищі, а також скуштувати українські страви. Кошти від такого виду діяльності мають значний позитивний вплив на добробут власників садиб та значно збільшують розвиток українського села. Також позитивним аспектом є те, що для догляду за садибою необхідно наймати співробітників, а це означає реальне зростання робочих місць. Завдяки даному процесу можуть знизитись міграційні процеси серед населення України.

Знаходячись на півдні України, Херсонщина має значний потенціал для розвитку зеленого туризму. Регіон має багатий природний ландшафт, що складається з лісів, степів, річок, озер та Чорного моря. Херсонська область багата на власні природні дари і цікаві місця. Унікальний клімат поєднав в Херсонському регіоні непоєднані, на перший погляд, явища - найбільшу у Європі пустелю, найбільший у світі рукотворний ліс та водоспади. Вінчають усе це розмаїття неповторні Станіславські гори та чудової краси рожеве озеро Сиваш, які, як ми вважаємо, є найперспективнішими територіями для розвитку зеленого туризму Херсонщини.

Одним із ключових аспектів розвитку зеленого туризму на Херсонщині є створення інфраструктури, що задовольнить потреби туристів. Це може включати в себе будівництво готелів, розвиток мережі кемпінгів, туристичних маршрутів, організацію екскурсій тощо. Загалом, розвиток зеленого туризму на Херсонщині є важливим кроком для підвищення економічного потенціалу регіону.

Також важливою частиною розвитку зеленого туризму на Херсонщині є збереження природних ресурсів. Доцільно також привернути увагу до місцевих культурних та історичних пам'яток, оскільки це є однією з відмінностей зеленого туризму. Херсонщина має багату культурну спадщину та історичні пам'ятки, які можуть стати додатковим привабливим фактором для туристів.

Висновки. Проведена оцінка показує, що Херсонська володіє сприятливими умовами для формування та просування на своїй території зеленого туризму. Однак, аналіз показав, що у Херсонській області спостерігається ситуація неповного застосування наявної, розбудованої готельної інфраструктури і рекреаційної інфраструктури. Головними причинами переважно низького застосування місткості колективних засобів є залежність від сезонного коливання попиту – великої різниці у попиті на туристичні послуги у пік сезону й міжсезоння.

29. Туристичні можливості Києва (Золоті ворота)

Ігор Рудєв

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Україна має численні можливості для проведення різноманітних екскурсійних маршрутів. Київ, як столиця України і одне з найбільших її міст, може здивувати будь-кого своїм історичним минулим та пам'ятками історії, що збереглися до сьогоднішнього дня. Саме на прикладі Києва показаний один з можливих варіантів проведення екскурсії по Києву.

Результати. Знайомство з Києвом доцільно розпочинати з Верхнього міста або Старого Києва, адже саме тут сконцентровано більшість пам'яток давнини.

Варто спочатку оглянути Золоті ворота. Це одна з найстаріших пам'яток історії, архітектури та фортифікаційного мистецтва, залишки якої дійшли до нашого часу.

Столиця Київської Русі мала троє воріт. Наймонументальнішими та найпишнішими, що правили одночасно і за головний, парадний в'їзд до Києва, і за фортифікаційну споруду, були Золоті ворота, споруджені у період між 1019 і 1024 рр. Висота проїжджої частини воріт сягала 14м, ширина - 6,5 м, довжина проїзду - 26 м. Ворота завершувались позолоченою банею надбрамної Благовіщенської церкви (звідси, ймовірно, і назва). За іншими твердженнями свою назву ворота отримали за прикладом константинопольських Золотих воріт, оскільки слугували парадним в'їздом до центральної частини міста.

Золоті ворота відігравали помітну роль в історії міста. Вони згадувались у літописах, піснях, колядках, про них складено легенди. У народному фольклорі ворота осмислювались як небесні врата, оскільки сонце щоранку сходило крізь них, піднімаючись догори, вступало до "небесного граду", що означало для міста спасіння від темряви та смерті. Ось чому ватажок повсталієї України Богдан Хмельницький у 1648 р. в'їхав до Києва саме через Золоті ворота і як триумфатор, і як рятівник народу. Недаремно всі, хто намагався захопити Київ, хотіли "погрюкати мечем" у Золоті ворота.

У 1832 р. археолог К.Лохвицький провів на цьому місці розкопки, нова її поява стала своєрідною сенсацією. У цей період було здійснено обміри воріт, їх укріплено кам'яними контрфорсами, пілони стягнуто металевими пов'язками, покрито залізними листами. Але вони продовжували руйнуватися.

Було кілька спроб відтворити первинний вигляд Золотих воріт, але цей задум здійснився тільки в період підготовки до відзначення 1500-річчя Києва. У 1982 р. над залишками воріт було зведено триарусну споруду, що дає уявлення про можливий первинний вигляд пам'ятки і виконує роль захисного об'єму для неї.

З тих пір тут діє музей. Туристи й екскурсанти, зайшовши до середини споруди, мають змогу оглянути залишки Золотих воріт (два паралельні пілони завдовжки 24 і 13 м), ознайомитись з експонатами, знайденими під час археологічних розкопок побіля пам'ятки.

Висновки. Нині під охороною держави перебуває 160 тис. пам'яток. Це справжня скарбниця нашої національної спадщини, до якої пролягають десятки туристських маршрутів. Туристи мають можливість ознайомитися з історією та культурою України з давніх часів до сьогодення. Від взаємодії органів охорони пам'яток, їх збереження, реставрації та дослідження, ознайомлення з ними широких верств населення, особливо школярів і молоді, залежить майбутнє держави.

30. Експерсійно-тематичний напрямок «Народне мистецтво Середнього Подніпров'я»

Ігор Рудєв

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У ході національно-культурного відродження в Україні значної ваги набула туристсько-експерсійна справа. Експерсії розглядаються як важливий інструмент, метод виховної, культурно-пізнавальної роботи серед широких верств населення.

Результати. Регіон здавна славиться виробами гончарів. На Чернігівщині центр гончарства розташований у с.Олешня Ріпкинського району та у м.Ічня; на Черкащині – це м.Чигирин; на Полтавщині – завод кераміки в смт.Опішня, відомі також вироби художньої кераміки з м.Миргорода та с.Сенчі.

Скляне та порцеляново-фаянсове виробництво ще до 1917 року було розвинуто на Житомирщині на базі родовищ каолінів, кварцових пісків та глини. Нині близько половини загальнонаціональної порцеляново-фаянсової продукції випускається заводами Правобережної України: Городницьким, Баранівським (у с.Баранівці створено музей порцеляни), Довбиським, Олевським, Коростенським, Токарівським, Кам'яно-Бродським (фаянсовий завод), які можуть бути цікавими туристськими об'єктами.

Виробами з майоліки славиться м.Васильків на Київщині.

Різьба по дереву здавна розвивалася у м.Новгороді-Сіверському на Чернігівщині. На Полтавщині центрами художньої обробки деревини є м.Кременчук, Зінків; художнього розпису по дереву – м.Миргород. Цікавий експерсійний об'єкт – музей ужиткового мистецтва петриківського художнього орнаменту в смт.Петриківці на Дніпропетровщині.

Відомі вироби з лози з с.Чорнухи на Полтавщині. Лозоплетіння розвинуто також на Канівщині.

Багато відомих майстрів народного декоративно-ужиткового мистецтва вийшло з с.Веселинівки на Київщині. Вишивки, килими-гобелени, декоративні розквітчані панно веселинівських умільців здобули світову славу. У Веселинівці народилася Г.Ф.Собачко – видатний майстер українського народного декоративного мистецтва. Золотим надбанням стали твори, над якими вона працювала понад півсторіччя, зокрема "Український вінок" і "Квіти України".

Народні умільці-вишивальниці працюють і в смт.Баришівці та в смт.Іванкові (філія Київської фабрики художніх виробів ім. Т.Г.Шевченка). Відома іванківська майстриня Ганна Іванівна Верес.

Цікавими експерсійними об'єктами можуть бути фабрики: художньої вишивки в м.Переяславі-Хмельницькому Київської області та в м.Прилуках Чернігівської області; художнього ткацтва в м.Богуславі Київської області та в м.Кролевіці Сумської області; художніх виробів (вишивки та ткацтва) в смт.Решетилівці Полтавської області.

Висновки. Невичерпні експерсійні ресурси багатьох регіонів нашої країни разом з глибинним національним духовним корінням і традиціями українського народу дають підставу стверджувати, що саме експерсії можуть стати активним і змістовним засобом гармонізації особистості, її духовного зростання в новій демократичній Україні. Вони є джерелом нової інформації, нових вражень і відчуттів.

31. Навчання персоналу підприємства туризму на основі міжнародних практик

Роман Смолянінов, Олена Харченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Після 2020 року галузь туризму характеризується змінами, зумовленими глобальною пандемією, потеплінням та повномасштабним вторгненням. Підвищення професійного рівня працівників туристичної галузі допоможе персоналу швидко реагувати на виклики сьогодення.

Результати. При підготовці фахівців туризму першочерговості набуває задоволення різноманітних освітніх потреб особистості заради її розвитку і самореалізації, а також забезпечення її конкурентоспроможності на ринку праці. Сьогодення вимагає зовсім іншого професійно-кваліфікаційного рівня фахівців туризму. У провідних туристичних країнах щорічно зростає кількість навчальних закладів, що пропонують програми підготовки фахівців туристичної галузі. Більшість таких програм надають велику увагу практичній підготовці фахівців туристичної сфери. Найбільше освітніх закладів, що вчать персонал сфери туризму, у Великій Британії - 37, Іспанії та Італії - по 28, Франції - 22; на американському континенті виділяються Канада - 25, США - 22 та Чилі - 12, а в азійсько-тихоокеанському регіоні: Австралія — 16, Китай - 6, Філіппіни -5 та Японія — 4.

У навчальному процесі термін «практична підготовка» означає години лабораторних і практичних робіт; процес застосування та закріплення теоретичних знань фахівців. На практичних заняттях під керівництвом викладача акцентується увага на розвитку професійних умінь і навичок студентів шляхом тренування та відпрацювання певних дій на практиці, а також на перевірку теоретичних знань студентів. На практичних заняттях обговорюються проблемні моменти лекційних занять, які виносяться на загальне обговорення і стають предметом дискусії. Одним із шляхів практичної підвищення кваліфікації фахівців туристичної сфери є інтеграція інновацій і передового досвіду туристичної сфери в навчальний процес через участь освітніх закладів у національних та (або) міжнародних професійних туристичних об'єднаннях. Прикладами ефективної взаємодії в таких об'єднаннях є: університет Борнмут (Великобританія), Школа готельного менеджменту в Лозанні (Швейцарія), університет транснаціональної корпорації ACCOR та інститут Ватель (Франція). Участь навчального закладу в професійній мережі надає йому такі можливості: використання досвіду працівників підприємств учасників професійної мережі для модернізації змісту навчальних програм; проведення майстер-класів; фахове консультування; формування викладацького складу; організація практики як усередині країни так і за її межами. Після закінчення європейського профілюючого навчання випускники повністю готові до активної роботи. Роботодавець знає, що уміння дипломованого випускника гарантує його успішну і продуктивну працю, тому що навчальний процес складений так, щоб теоретичні і практичні заняття мали співвідношення 50 на 50 %.

Висновки. Динамізм туристичної сфери, викликаний глобалізаційними та інтеграційними процесами, постійний порівняльно-педагогічний моніторинг стану туристської індустрії, професійної освіти та підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму в різних країнах європейської спільноти (ЄС) зумовлюють необхідність для впровадження позитивного досвіду у вітчизняній системі професійної освіти.

32. Україна в рамках медичного сегменту туристичного ринку світу

Юрій Сологуб, Аліна Шейко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Туристичний ринок України переживає період певної стагнації, обумовленої реаліями сьогодення. У більшості туристичних агентств переважають пропозиції закордонних турів, і лише окремі рецептивні туроператори працюють на приємні. Важкість прогнозування попиту, мінливість бізнес-поведінки українських партнерів - виробників турпослуг, необґрунтований ріст цін на сталий продукт рекреації, все це не залишає варіантів туроператорам у формуванні пакетних турів, які є гарантією якості та досить успішно реалізуються на ринку.

Матеріали і методи. Для розв'язування поставлених завдань використано такі методи наукового дослідження: метод аналізу та синтезу, гіпотетичний метод, метод узагальнення.

Результати. Одним з найбільш швидкозростаючих ринків сучасності є медичний туризм. Це можна пояснити значною кількістю факторів, у тому числі зростання ділової активності, стрімкий розвиток медичної науки та високих технологій, прагнення населення до оздоровлення. Як правило, при виборі країни і медичного закладу пацієнти ґрунтуються на наявній експертній оцінці та рейтингах.

Ринок медичного туризму включає доходи, отримані юридичними особами від надання послуг в'їзного медичного туризму та послуг виїзного медичного туризму. Ринкова вартість включає вартість супутніх товарів, проданих постачальником послуг або включених до пропозиції послуг. Включаються лише товари та послуги, якими торгують суб'єкти господарювання або які продаються кінцевим споживачам.

Потрібно розуміти, що індустрія медичного туризму та гостинності утворює єдину систему ринків, що включає представників не лише з базових туристичних послуг, а й з банківських, послуг зв'язку, страхування чи юридичної допомоги.

Україна має дві популярні сфери розвитку медичного туризму, репродуктивна медицина набуває популярності в Києві та стоматологія в Одесі.

Однак, лікувально-оздоровча база України катастрофічно зменшується – на 696 підприємств за останні три роки. Причини закриття цих закладів: капітальний ремонт, реконструкція, зміна власника чи форми господарювання, перебування справ у суді, банкрутство та відсутність коштів на експлуатацію. Крім того, у регіонах України простежується негативна тенденція до скорочення турпотоку, обслуговуваного в лікувальних закладах.

Загалом, український ринок медичного туризму складається з декількох субринків, зокрема субринків виробників та продавців – безпосереднього виробництва лікувально-оздоровчих послуг, субринку суто туристичних послуг та субринку туристичної інфраструктури, а також субринку покупців та споживачів лікувально-оздоровчих послуг.

Висновки. Ринок медичного туризму зазнає змін. Традиційні лікувально-оздоровчі заклади поступово перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку та стають поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів.

Висока вартість медичної допомоги в розвинених країнах сприяє зростанню ринку медичного туризму, оскільки країни, що розвиваються, можуть надавати дешевше лікування. Пацієнти зазвичай подорожують до країн, що розвиваються, де є якісна медична інфраструктура та низькі витрати на медичне обслуговування.

33. Інфраструктурні перепони розвитку спортивного туризму в Україні

Юрій Сологуб

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Спортивний туризм в Україні є важливою складовою загальнодержавної системи фізичної культури і спорту, патріотичного та духовного виховання молоді, зміцнення здоров'я, розвитку фізичних, морально-вольових та інтелектуальних здібностей людини шляхом залучення її до участі у змаганнях спортивних туристських походів та інших змаганнях з спортивного туризму.

Матеріали і методи. Використано наступні загальнонаукові методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння наукової літератури для визначення ступеня розробки досліджуваної проблеми; узагальнення з метою обґрунтування поняття «спортивний туризм», визначення специфіки сучасних проблем та тенденцій розвитку спортивного туризму в Україні.

Результати. Розвиваючись на межі спорту і активного дозвілля в природному середовищі, спортивний туризм сприяє розвитку внутрішнього туризму вітчизняної туристичної галузі шляхом пропаганди відносно дешевого і, одночасно, ефективного відпочинку, а також загальному розвитку туристичної галузі України.

Стримуючим фактором у розвитку спортивного туризму в Україні є відсутність або низький рівень розвиненості інфраструктури, тому існує необхідність працювати над її покращенням у регіонах, найбільш сприятливих для спортивного туризму, де вже над її розвитком працюють аматори, та створювати цю інфраструктуру в регіонах, які тільки починають шукати у себе спортивно-туристичний потенціал, а саме:

- розробляти та промаркувати пішохідні та велосипедні маршрути різної складності;
- займатися підготовкою та облаштуванням гірських маршрутів, які можуть зацікавити альпіністів різного рівня підготовки;
- створювати гірськолижні комплекси не тільки в Карпатах, а і в інших регіонах України, зокрема поблизу великих міст;
- будувати якісні дороги, що дало б змогу значно скоротити час, який необхідно провести в дорозі, аби потрапити в інше місто України, та зробило б цю подорож комфортнішою та безпечнішою;
- стимулювати середні навчальні заклади залучати дітей до активного способу життя: організувати походи, проводити квести на природі, які допомагатимуть школярам краще розуміти навколишній світ та зацікавлять їх спортивним туризмом, тощо;
- створювати кемпінги з усіма необхідними для нормальної життєдіяльності умовами;

Загалом, спортивний туризм висуває свої специфічні вимоги до всього комплексу рекреаційно-туристських ресурсів, в першу чергу, до природних. Тому можна стверджувати, що такий комплекс ресурсів доцільно виділити в окрему категорію – спортивних рекреаційно-туристських ресурсів.

Висновки. Нині український спортивний туризм у цілому знаходиться на низькому рівні розвитку. Проте залучення держави та бізнесу до вирішення цього питання сприяло би збільшенню кількості внутрішніх та іноземних спортивних туристів в Україні, а отже, мало б економічний ефект у вигляді створення нових робочих місць, надходження додаткових коштів до державного бюджету.

34. Львівщина як культурно-пізнавальний сегмент туристичного ринку України

Юрій Сологуб, Ольга Безпала

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

Вступ. Україна має об'єктивні передумови для розвитку туризму: багатий природний, історико-культурний, унікальний туристично-рекреаційний потенціали. Але розвиток туристичної галузі ще не відповідає сформованим світовим тенденціям. Подолання негативних тенденцій та досягнення конкурентних переваг в туристичній галузі можливо тільки завдяки інноваційному підходу, розробці інноваційних напрямів подальшого розвитку туризму та впровадженню інновацій.

Результати. Культурне самовираження народу завжди викликало зацікавленість та інтерес. Природна допитливість туриста відносно різних куточків світу та інших народів, що його населяють, утворює один з найбільш сильних спонукальних туристичних мотивів.

Туризм є одним з найкращих способів знайомства з іншою культурою. Гуманітарне значення туризму полягає у використанні його можливостей для розвитку особистості, її творчого потенціалу, розширення її рівня знань.

Львівщина є одним з тих регіонів України, що по праву може називатися туристичним краєм і здатен задовольнити потреби найвибагливішого туриста. Адже, тут усе, починаючи від значного природного потенціалу, збережених стародавніх традицій та звичаїв до унікальних об'єктів історико-культурної спадщини, здатне зацікавити подорожуючих. І саме тут туристичний бізнес стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію, набуває все відчутнішого значення для місцевого господарства і характеризується досить позитивною та сталою динамікою.

Львівську область відвідують туристи більш ніж із 100 країн світу. Найбільше туристів з Польщі, Білорусії, Латвії, Німеччини, США, Канади, Данії, Франції.

Позитивна динаміка зростання кількості іноземних та внутрішніх туристів у Львівській області забезпечується: наявністю значної кількості історико-архітектурних та культурних об'єктів, в тому числі включених у світову спадщину ЮНЕСКО; збереженням та підтримкою традицій та культурної самобутності (проводиться значна кількість традиційних фестивалів та ярмарок); розмаїтістю природних ресурсів, які забезпечують розвиток туризму у всі пори року (гірськолижний туризм, лікувально-оздоровчий відпочинок, активний туризм та ін.); вигідним географічним розміщенням регіону у центрі Європи та транспортною доступністю; інституціональним закріпленням пріоритетності розвитку туристичної галузі для Львівської області.

Висновки. Львівська область у сфері туризму має хороші надбання, однак поряд з позитивними тенденціями існує ряд проблемних питань, які гальмують розвиток туристичної сфери області, що стосуються незадовільного стану туристичних об'єктів, доріг та під'їздів до об'єктів туристичної відвідуваності, неналежного стану туристичних маршрутів, недостатності інформаційно-маркетингового забезпечення просування туристичних та інвестиційних можливостей у сфері туризму Львівської області, низького рівня розвитку туристичної інфраструктури, недостатньої забезпеченості професійними кадрами в галузі туризму, недостатності економічних стимулів для розвитку туризму, залучення інвестицій у туристичну галузь тощо.

22.3.

Technology of restaurant products

Chairperson – professor Oleksandra Niemirich

Secretary – professor Oleh Kuzmin

22.3.

Технологія ресторанної продукції

Голова – професор Олександра Неміріч

Секретар – професор Олег Кузьмін

1. Перспектива використання кокосового молока для приготування крем-супу

Марина Ушкало, Олександра Неміріч

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Останнім часом, досить часто виникають хвороби, що пов'язані з непереносимістю лактози та молочного білку. Зважаючи на те, що до складу крем-супу входять вершки або молоко, все більше кухарів шукають їм альтернативи, які можна вживати споживачам окремої групи населення, але в свою чергу страви мають зберегти свої смакові якості та біологічну цінність. Найбільш оптимальним варіантом для приготування супу, вважається заміна коров'ячого молока на кокосове, адже вони максимально схожі між собою за кольором та консистенцією.

Матеріали і методи. Проведено аналіз літературних джерел щодо непереносимості лактози та молочного білку, а також перспективи використання кокосового молока для приготування крем-супу. Характеристика складу кокосового молока та його вплив на організм людини.

Результати. Непереносимість лактози – це відхилення від норми процесу метаболізму, яке передається спадково, незалежно від матері або від батька. Виникає внаслідок зниженої активності ферменту лактази, тому лактоза, що міститься в молоці, не засвоюється повноцінно.

З метою розширення асортименту супів та підвищення їх біологічної цінності, доцільним варіантом буде використання сировини без вмісту тваринного білку. Як альтернативу використовують «молоко» рослинного походження. Найбільш оптимальним варіантом, для приготування крем-супу можна вважати кокосове молоко, адже за своїм хімічним складом воно вважається досить корисним для організму людини та наділяє страву оригінальним смаком та ароматом.

Кокосове молоко добувається зі стиглого кокосового горіха, методом змішування подрібненого м'якуша і води та подальшого віджимання через марлю. Кокосове молоко містить у собі велику кількість вітамінів (В, С, Е, РР) та мінералів, кальцію, калію, селену, фосфору, марганцю, міді, вміст жирів становить – 27 %, вуглеводів – 6 %, білка – 4%. Стакан молока заповнює добову норму в поліненасичених жирних кислотах (Омега-6 та Омега-9). Його споживання сприяє покращенню роботи серцево-судинної системи, зміцнює імунітет, запобігає розвитку хвороб кишково-шлункового тракту, стимулює роботу головного мозку. Даний продукт легко засвоюється організмом, через невисокий вміст рослинного білку, та добре підходить для споживачів, які мають непереносимість тваринних компонентів. Важливо зазначити, що термічна обробка не впливає на вміст у ньому поживних речовин. Кокосове молоко поділяють за ступенем густоти. Більш густі сорти використовують для приготування десертів і соусів, менш густі – в супах. Кокосове молоко часто виконує роль загущувача та зможе надати супу кремової та ніжної консистенції, підкреслити натуральний смак фруктів та ягід. Суп з його використанням краще подавати у гарячому або теплом вигляді, адже однією з властивостей даного продукту є швидке застигання, що може зіпсувати консистенцію страви.

Висновки. Використання кокосового молока для приготування крем-супу, поліпшить структуру страви, наділить її ніжним смаком, підвищить біологічну цінність. Суп із його використанням, можна вживати людям, які хворіють на непереносимість лактози та не вживають продуктів тваринного походження. Окрім перших страв можна використовувати для приготування десертів, соусів, салатів, тощо.

2. Розробка системи моніторингу безпечності і якості виробництва паштетів в закладах ресторанного господарства

Артём Тимошенко, Андрій Гавриш

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. З кожним днем все більше зростає попит на продукти з натуральних недорогих компонентів, що характеризуються високою харчовою цінністю. Паштетні продукти користуються стабільним попитом у споживачів, харчова та біологічна цінність залежить як від рецептурних складових, так і від технологічних процесів приготування.

Матеріали і методи. Аналіз науково-технічної літератури про впровадження систем моніторингу в закладах ресторанного господарства. Проведені дослідження виконано з метою розробки системи моніторингу безпечності і якості виробництва паштетних продуктів, отриманих за різними рецептурами та технологічними режимами.

Результати. На сьогоднішній день вагому частину серед продукції яку виробляють заклади ресторанного господарства та м'ясопереробних підприємств є саме паштети. В залежності від сировини паштети поділяються на: м'ясні, овочеві, м'ясо-овочеві, вегетаріанські, та дієтичні. В свою чергу м'ясні паштети розрізняють в залежності від виду сировини: свинячі, курині, перепелині, яловичі, печінкові і т. д. В залежності від пакування паштети можуть бути у: жерстяних банках; оболонках; ламіністному пакуванні; або відпускатися без упаковки (в закладах ресторанного господарства). Ніжна консистенція продукту досягається за умови правильного способу обробки сировини, та підбору інгредієнтів рецептури. Завдяки широкій різноманітності рецептур та технологій приготування паштети мають великий діапазон біологічної та калорійної цінності, а також широкий сегмент споживачів які можуть їх собі дозволити.

Згідно з аналізом досліджень, до сегменту споживачів які відають перевагу м'ясним паштетам є : сімейні пари; студенти; виробничий персонал підприємств; туристи; та працівники державного сектору економіки. 80% споживачів паштетів – жінки. Середній вік споживача – 25-40 років. Споживачі серед вибору м'ясних паштетів найчастіше відають перевагу саме печінковим паштетам. Попит і споживання м'яса і м'ясних продуктів, до яких відносяться і паштети, зростає в осінньо-зимовий період.

Висновки. Проаналізовано інформацію щодо впровадження систем моніторингу безпечності в закладах ресторанного господарства. Описано основні особливості приготування паштетів, та визначено основний сегмент споживачів. Розроблено систему моніторингу безпечності та якості виробництва паштетів в закладах ресторанного господарства.

Література.

1. Посібник для малих та середніх підприємств м'ясопереробної галузі з підготовки та впровадження систем управління безпечністю харчових продуктів на основі концепції НАССР. Посібник/ Г. Василенко, та ін.; Міжнародний інститут безпечності та якості харчових продуктів. Київ, 2011. 236 с. URL: https://smr.gov.ua/images/misto/Pipryemstvo/Harchuvannya/6._posibnyk_nassr.pdf

2. Впровадження системи НАССР для операторів ринку харчових продуктів. Практичний посібник/ А. С. Ткаченко, та інші; Полтавський університет економіки і торгівлі. Полтава, 2020. 139с. URL: http://puet.edu.ua/sites/default/files/haccp_posibnik.pdf

3. Впровадження системи моніторингу безпеки та якості виробництва холодних супів у закладах ресторанного господарства

Ярослав Кочерга, Ірина Корецька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ефективним методом гарантування якості та безпеки продукції в закладі ресторанного господарства є використання науково-обґрунтованої системи аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок НАССР [1].

Матеріали і методи. Холодний суп «Окрошка». Органолептичні показники – експертний метод, табличний та аналітичний методи.

Результати. У процесі розробки плану НАССР для ресторану, де виготовляються холодні супи, було виявлено дві критичні контрольні точки (ККТ) на етапах: отримання та зберігання сировини та на етапі охолодження готової продукції. ККТ пов'язані з небезпечними чинниками біологічного походження. Було визначено процедури моніторингу, коригувальні дії у разі перевищення граничних значень при проведенні процесу перевірки, а також особи, відповідальні за дотримання процедур НАССР під час виробництва та реалізації холодного супу [2].

Таблиця 1 – План НАССР для ресторану

Етап	Небезпечний чинник	Запропоновані регулювальні дії	№ ККТ	Критична гранична величина	Процедура моніторингу ККТ	Коригувальні дії	Документування (протоколи НАССР)	Відповідальна особа
Отримання та зберігання сировини	біологічний	Перевірка сертифікатів якості на сировину. Виконання вимог персоналом, контроль процесу	ККТ 1	Не повинно бути патогенних мікроорганізмів	Протоколи перевірок, виробничі журнали (журнал коригувальних дій)	Вхідний контроль сировини Налагодження обладнання	Протоколи перевірок, виробничі журнали (журнал коригувальних дій)	Зав. виробництвом комірник
Охолодження перед реалізацією	біологічний	Постійний технологічний обгляд обладнання, перевірка температурних режимів. Дотримання температурного та часового режимів зберігання	ККТ 2	Не повинно бути патогенних мікроорганізмів	Протокол перевірок, журнал температур, журнал коригувальних дій	Ремонт та налагодження обладнання. Відбракування неякісних страв з перевищенням терміном зберігання	Протокол перевірок, журнал температур, журнал коригувальних дій	Зав. виробництвом

Висновки. Запровадження системи НАССР дозволить оптимізувати процеси виробництва ресторанної продукції, запобігти появі небезпечної кулінарної продукції, виявити невідповідності на початкових етапах та підвищить конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства.

Література.

1. Система НАССР. Довідник: / Львів: НТЦ «Леонорм-Стандарт», 2003 – 218 с. – (Серія «Нормативна база підприємства»).
2. Впровадження системи НАССР для операторів ринку харчових продуктів : практичний посібник / А.С. Ткаченко, Ю.О. Басова, О.О. Горячова та ін. ; за загальною редакцією А.С. Ткаченко. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 137 с.

4. Перспективи використання рослинних напоїв у ресторанному господарстві

Анастасія Крикунова, Андрій Гавриш

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розвиток сучасного харчового ринку направлений на розширення асортименту білкової рослинної сировини та продукції на її основі, за рахунок пошуку нових ресурсів. Особливу увагу приділяють сьогодні сектору так званого рослинного аналога молока. Активний розвиток та зростання споживчого попиту на нього пов'язується як з індивідуальною непереносимістю лактози чи молочного казеїну у деякій більшості населення, так і з активною пропагандою вегетаріанства, сиродієння, дотриманням постів та іншими національно-культурними особливостями харчування.

Матеріали і методи. Проведено аналіз літературних та інтернет джерел щодо перспектив використання рослинних напоїв у ресторанному господарстві.

Результати. Рослинні напої – низькокалорійні продукти, які виготовляються шляхом переробки рослинної сировини. Дуже часто вводиться в раціон людей з непереносимістю лактози. В основному виготовляється з сировини яка містить в своєму складі жири (горіхи, бобові, насіння зерна). Асортимент рослинного аналогу молока: кокосове, соєве, вівсяне, мигдальне, арахісове, рисове.

Рослинні напої є суспендованою емульсією, колоїдна стабільність якої обумовлена властивостями і складом використаних компонентів. Тому технології їх виробництва в промислових умовах є досить специфічним процесом. Використовувані способи отримання рослинного напою засновані переважно на вилученні з сировини водо- і солерозчинних білків. Ці фракції забезпечують колоїдну стабільність напоїв і є переважаючими в складі білків зернобобових та олійного насіння. Однак одночасно з розчиненням білків, з сировини екстрагуються водорозчинні вуглеводи, мінерали і деякі інші розчинні компоненти, переходять в воду найдрібніші набряклі частинки рослинної сировини. Седиментація зважених часток є однією з основних причин нестабільності напоїв при зберіганні, тому для отримання стійкої колоїдної системи необхідний правильний підбір методу обробки.

Кожен рослинний напій має свій індивідуальний смак, склад і засвоюваність. Деякі рослинні напої містять більше певних вітамінів. Наприклад, арахісовий напій має більше вітаміну Е, ніж соєвий. У вівсяному містяться бета-глюкани, які позитивно впливають на імунітет. Крім того, до рослинного аналога молока промислового виробництва часто додають Са, вітаміни А і Д. На калорійність рослинного напою впливає саме сировина, з якої воно виготовлено. Енергетична цінність на 100 г напою складає близько 40...55 ккал та містить: 0,3...0,9 г білка, 1,2...1,9 г жирів і 5...12 г вуглеводів. Даний напій відстоюється та утворює на поверхні шар жиру та при кипінні утворює бульбашки. Термін зберігання менший ніж в молока тваринного походження такої ж жирності.

Висновки. Отже, можна вважати що рослинні напої є цілком корисним продуктом для більшості людей, особливо з непереносимістю лактози. Тому, що підходять для людей різного віку, оскільки добре засвоюються, не місять у своєму складі лактози, містять білок рослинного походження та ненасичені жири. Також за рахунок їх використання можна підібрати смак продукту, збагатити мінерально-вітамінний склад не змінюючи якість. Тому їх успішно можна використовувати у ресторанному господарстві для приготування різноманітних страв – зокрема пюреподібних супів.

5. Гарбуз як локальна сировина в технології соусів

Ганна Березова, Анатолій Кравченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Використання локальної сировини у приготування продукції закладів ресторанного господарства має першочергове значення. Наразі у світі набуває популярності тренд «Local Food» – їжа, яка виробляється на короткій відстані від місця споживання.

Матеріали та методи. Соуси на основі гарбуза можуть бути використані як для м'ясних, так і для овочевих страв. Традиційний класичний соус готується з цукру, картопляного крохмалю, меленої кориці, лимонної кислоти, води та головного інгредієнта – гарбуза. Рецептuru класичного соусу порівнювали з авторським соусом, до складу якого входить: гарбуз, цибуля, часник, оливкова олія, базилік свіжий, цедра апельсина, лимонний сік та спеції. Для аналізу використано органолептичний та математичний (розрахунковий) методи.

Результати та обговорення. Розглянуто гарбуз в якості локальної сировини для приготування соусів. До складу гарбуза входить дуже багато різноманітних вітамінів (С, Е, бета-каротин, вітаміни групи В), а також мінеральних речовин (Са, Fe, Zn, К). Даний овоч містить: каротин, що позитивно впливає на зір; пектинові волокна (виводять токсини та нормалізує у крові холестерин). За розрахунковими даними порівняння хімічного складу побудовано гістограму (Рис. 1).

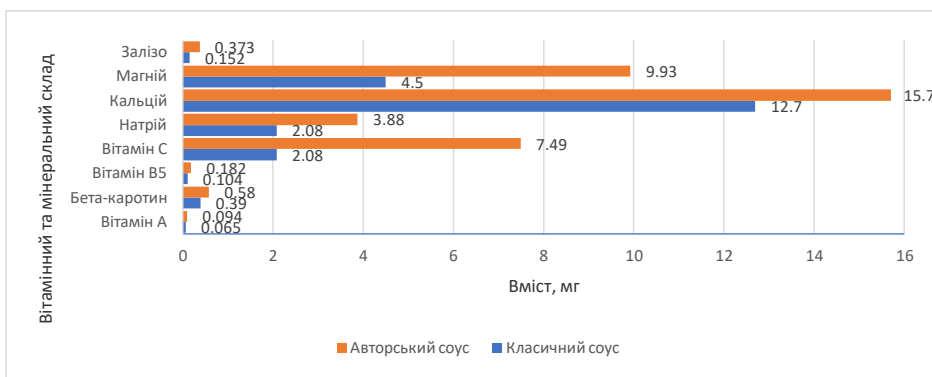


Рисунок 1 – Гістограма порівняння хімічного складу соусів з гарбуза та контрольного зразка

За результатами порівняння вітамінного та мінерального складу, можна зробити висновок, що авторський соус перевищує по всім показникам класичний соус. Це пов'язано з тим, що гарбузовий соус має збагачений склад інгредієнтів, які мають більшу кількість вітамінів та мінералів. Вітаміни (С) та мінеральні речовини (магній, кальцій, натрій) перевищують контрольний зразок в декілька разів. Такі показники, як вітамін В₅, А, бета-каротин та заліза, майже знаходяться на одному рівні.

Висновок. Отже, гарбуз являється корисною сировиною в технології соусів, адже має високу харчову цінність та багатий склад вітамінів, мінералів та антиоксидантів. Його можна використовувати як основу для різноманітних соусів, додавати до них для підвищення смаку та аромату, а також використовувати як заміну інших складників. При цьому, гарбузові соуси лише смачні, але й корисні для здоров'я.

6. Особливості використання рослинних олій в харчовій промисловості

Ольга Коваль, Андрій Доленко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для сьогодення в усьому світі основним питанням людства є здорове харчування. Продукти здорового харчування не лікують, але їх вживання допомагає попередити хвороби. А це вимагає розширення теоретичних та практичних досліджень якісних показників харчових продуктів та впливу їх на стан здоров'я людей. Одним з основних джерел енергії, жирних кислот, жиророзчинних вітамінів є рослинні олії.

Матеріали і методи. Проаналізовано літературні джерела щодо практичності використання олій рослинного походження з метою підвищення харчової та біологічної цінності для закладів ресторанного господарства.

Результати та обговорення. Основним джерелом ненасичених та незамінних жирних кислот (лінолевої та ліноленової) є олії. Залежно від вмісту жирів в сировині застосовують методи вилучення тиском та розчинниками. Для очищення олій та подовження терміну реалізації застосовують рафінацію. Аналіз складу олій показав, що для здоров'я людини корисною є неочищена рослинна олія отримана холодним способом віджимання. Більш популярна рафінована олія має менш корисні і поживні речовини, в ній містяться шкідливі транс-жири, які засмічують судини, та не здатні засвоїтися організмом. Ці токсичні речовини, з часом здатні накопичуватися в організмі і призводити до великих проблем зі здоров'ям. **Олія з соняшникового насіння** вміщає в собі цінні для організму поживні речовини, а також вітаміни груп А, D, E і F. Нерафінована олія бере участь в обміні білків і вуглеводів, покращує пам'ять, позитивно впливає на функцію статевих, ендокринних залоз, засвоюється краще, застосовується в холодному вигляді для заправки салатів. Рафінована має вищу точку димлення, тому підходить для смаження, випічки, маргаринів, соусів, майонезів, консервів. Все більшою популярністю користуються малопоширені олії зі специфічними властивостями. **Олія з ядер волоських горіхів**, що отримується методом холодного віджиму, має високі дієтичні властивості. Вона містить ненасичені жирні кислоти, вітаміни А, Е, С, В, цинк, мідь, йод, кальцій, магній, залізо, фосфор, кобальт та інші біологічно активні речовини. Застосовується для полегшення проявів гіпертонії, атеросклерозу, ішемічної хвороби серця, діабету при лікуванні гепатиту, туберкульозу, екземи, фурункульозу, варикозного розширення вен та захворювань щитовидної залози. Ця олія підвищує стійкість організму до радіаційного опромінення та виводить із нього радіонукліди та канцерогенні речовини. Вона прекрасно доповнить смак будь-якого делікатесу. Особливо доречно як інгредієнт соусів чи для холодних страв. **Лляна олія** серед рослинних олій є найбільш низькокалорійною. За своїми цілющими властивостями вона перевершує решту рослинних олій. У ній міститься велика кількість жирних кислот Омега 3 та Омега 6 (за вмістом більше, ніж у інших рослинних оліях). А також вітаміни F, А, Е, В і К. Виводить токсини з організму, підвищує імунітет, нормалізує роботу всієї травної системи людини.

Висновок. Олії на рослинній основі вкрай необхідні людському організму. Вони є основним джерелом незамінних жирних кислот МНЖК та ПНЖК. Однак, існують обмеження у вживанні олій, які потрібно враховувати при їх використанні.

7. Шафран як перспективна сировина для фортифікації харчової продукції

Людмила Дейниченко¹, Григорій Дейниченко²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Державний біотехнологічний університет, Харків, Україна

Вступ. Збільшення кількості аліментарних захворювань в Україні, спричинене низкою факторів, потребує від вітчизняних нутриціологів швидкого реагування, зокрема в галузі розробки інноваційної харчової продукції.

Матеріали і методи. Під час роботи було використано методи аналізу і синтезу, порівняння.

Результати. Для боротьби з дефіцитом макро- та мікронутрієнтів дослідники Всесвітньої організації охорони здоров'я рекомендують застосовувати чотири головні стратегії, найбільш ефективною з яких вважається фортифікація харчової продукції. Фортифікація широко використовується як спосіб поліпшити якісний склад харчових продуктів промислового виробництва, однак в рамках роботи закладів ресторанного господарства використання цієї стратегії є дещо ускладненим. Розробка рецептур для ресторанного ринку є ускладненою через підвищену вибагливість кінцевого споживача, яка вимагає від розробника крім підвищення біологічної цінності готової страви слідування правил харчової комбінаторики та грамотного їх поєднання з трендами, актуальними на ресторанному ринку. В свою чергу це означає зменшення кількості сировинних компонентів, які зможуть виступити джерелами дефіцитних нутрієнтів у процесі фортифікації.

Одним з інгредієнтів, перспективних у зазначеному напрямі, є рильця рослини *Safron sativus*, також відомої як шафран. Даний інгредієнт багатий на вітаміни, ефірні олії, глікозиди, каротиноїди, макро- і мікроелементи. Використання шафрану навіть у незначній кількості (2 грами), забезпечує 28 % добової потреби у Mn та 10 % добової потреби у ω -3 жирних кислотах [1].

Шафран є універсальним інгредієнтом, що використовується у стравах багатьох країн у якості приправи чи барвника натурального походження. Так, шафран використовується у технологіях середземноморських та азіатських страв з рису та риби, а також англійського, скандинавського та балканського хліба. Він є важливим інгредієнтом французького супу «Буйябес», іспанської «Паельї», використовується в стравах грузинської кухні, таких як плов, суп «Харчо» чи соус «Сациві», що робить його універсальним інгредієнтом для збагачення цілої низки страв, представлених в закладах ресторанного господарства, що спеціалізуються на етнічних кухнях.

Не менш важливим є те, що на сьогодні шафран є рослиною, що успішно культивується в Україні. Згідно останніх досліджень [2], український шафран характеризується стабільно високим вмістом БАР та відноситься до I категорії якості за класифікацією ISO.

Висновки. Враховуючи вищенаведене можна стверджувати, що шафран є перспективною сировиною для фортифікації страв та кулінарних виробів, що реалізуватимуться з закладах ресторанного господарства.

Література.

1. Spices, saffron Nutrition Facts & Calories [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://nutritiondata.self.com/facts/spices-and-herbs/207/2>

2. Михайленко О.О. Дослідження біологічно активних речовин приймочок крокусу посівного (шафрану) з України. Фармацевтичний журнал. 2019. №6(74). С.70–76.

8. Розроблення системи моніторингу безпеки та якості приготування продукції у закладах ресторанного господарства

Марія Кривчик, Ірина Силка

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Запровадження системи НАССР у закладі ресторанного господарства є однією з умов, що гарантує надання якісної продукції споживачу. Тому впровадження системи моніторингу безпеки та якості продукції у закладах ресторанного господарства – необхідний крок до успіху.

Матеріали і методи. Під час роботи було використано методи аналізу й синтезу, порівняння, системного підходу. Впровадження системи НАССР на підприємстві харчування змодельована на основних етапах технології приготування салатних заправок на основі гарбузової олії, приготовленої за класичною технологією.

Результати: Виробництво будь-якого виду продукції досить складний процес, адже варто контролювати кожен етап його виробництва. Необхідно дотримуватися усіх правил та встановлених норм. Система НАССР чітко показує межі контролю на кожному етапі виробництва, та дозволяє контролювати їх завдяки методам контролю та показникам – критичним точкам.

Процес приймання та зберігання сировини є досить важливим етапом, тому кожному підприємству слід ретельно поставитися до вибору постачальників, які є офіційними операторами ринку і перелік яких повинен бути затверджений наказом по підприємству. Сировина, яка необхідна для виробництва салатних заправок – рослинна олія, належить до групи бакалійних товарів, тому було оцінено всю групу ризиків та вимоги до безпеки даної продукції.

Ідентифікація небезпечних чинників під час виробництва продукту є найбільш важливою, оскільки в більшості випадків небезпечні фактори виникають при порушенні технологічних умов. При виробництві салатних заправок встановлено ризики, які можуть зашкодити якості готової продукції. До них відносяться:

- неправильне транспортування (не належність тари, пошкодження),
- неналежне зберігання (температура, вологість),
- не дотримання технологічного режиму,
- не належний гігієнічний стан підприємства та персоналу.

При розробці системи моніторингу виробничого середовища було визначено, якими небезпечними чинниками можливо управляти за допомогою програм-передумов, а якими – власне планом НАССР.

Для розробки системи моніторингу виробничого середовища та утилізації відходів було враховано планування виробничих, допоміжних і побутових приміщень для уникнення забруднення, вимоги до стану приміщень, обладнання, проведення ремонтних робіт, технічного обслуговування обладнання, а також заходи щодо захисту харчових продуктів від забруднення та сторонніх домішок, вимоги до планування та стану комунікацій, захист продуктів від сторонніх домішок, поводження з відходами виробництва та сміттям, їх збір, контроль за шкідниками, запобігання їх появі, засоби профілактики та боротьби.

Висновки: Провівши аналіз небезпечних чинників, які спричиняють забруднення на етапах приготування продукції ресторанного господарства, було максимально враховано можливі небезпечні чинники, встановлені критичні точки та методи їх контролю.

9. Перспективи використання продуктів переробки гарбузів як основи здорових цукерок

Олена Павлюченко, Юлія Фурманова, Іван Півнюк

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Десертна група займає значну частку в асортименті продукції закладів ресторанного господарства різних типів. Її широко пропонують у вигляді фірмової, класичної продукції, як «компліменти від шефа», а також у комплексі з гарячими напоями.

Матеріали і методи. Нами було проведено аналітичні дослідження ринку фруктових цукерок на основі сухофруктів, проаналізовано хімічний склад найбільш популярних фруктових інгредієнтів та проведено порівняльний аналіз продуктів переробки гарбуза, зокрема, цукатів та ядер насіння як перспективних компонентів корисних цукерок функціонального призначення.

Результати. Використання натуральної локальної сировини, у тому числі і в технологіях десертної продукції, є досить популярним світовим гастротрендом останніх років.

Аналізуючи ринок десертної продукції закладів ресторанного господарства, слід зазначити зростаючий асортимент фруктових цукерок на основі різних сухофруктів.

Серед яких найбільш використовуються як основа цукерок фініки, чорнослив та курага.

Фініки містять незначну кількість білків, жирів 2,5 та 0,5 % відповідно та значну кількість цукрів, від 65 до 68 %, що і дає можливість отримати солодкі вироби на їх основі без додавання цукру.

Чорнослив також містить незначну кількість білків та жирів 2,6 та 0,7 % відповідно та дещо менший, але значний вміст цукрів, близько 50 %.

Курага в своєму складі має білків і жирів 4,6 та 0,5 % відповідно та найменшу кількість, порівняно з фініками та чорносливом, цукрів до 42 %.

Значна частка харчових речовин, зокрема, клітковини, від 8 % у кураги, 12 % у чорносливі та до 13 % у фініках надають готовим цукеркам додаткової корисності.

Продукти переробки гарбуза значно відрізняються хімічним складом між собою. Так, цукати отримані з м'якоти гарбуза містять 0,5 % білків, 0,1 % жирів та значно меншу частку вуглеводів до 43 % та мають низьку калорійність, близько 172 ккал. Ядра насіння гарбуза є концентрованим джерелом білків до 36 % та жирів до 50 % , вуглеводів до 2 % та 9 % харчових волокон.

Аналізуючи хімічний склад сухофруктів та цукатів з гарбуза, слід зазначити, що вони містять майже не відрізняються за вмістом білків і жирів від вищенаведених сухофруктів, проте характеризуються значно меншою кількістю вуглеводів, відповідно і мають нижчу калорійність, що дозволяє використовувати їх у технології низькокалорійних здорових цукерок. Ядра насіння гарбуза відрізняється від сухофруктів та цукатів з м'якоти значним більшим вмістом білків та жирів, тому їх використання дозволить значно покращити харчову цінність здорових цукерок за рахунок білкової та жирової компоненти.

Висновки. Отже, завдяки цінному хімічному складу та високій біологічній цінності продукти переробки гарбузів є перспективною сировиною у виробництві здорових цукерок функціонального призначення.

10. Особливості використання безглютенового борошна у технології борошняних кондитерських виробів

Олександра Неміріч, Олена Павлюченко, Анастасія Ребіцька
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Борошняні кондитерські вироби займають значну частку в загальному обсязі виробництва кондитерської продукції і представлені широким асортиментом. Проте, сучасний споживач вимагає від виробників постійного розширення асортименту кондитерських виробів, у тому числі оздоровчого і дієтичного призначення.

Матеріал і методи. В основу дослідження покладено опрацювання та узагальнення праць зарубіжних і вітчизняних учених у даному напрямі.

Результати. У структурі виробництва (і відповідно споживання) кондитерських виробів в Україні в натуральному вираженні більше половини (55,3%) займають різні борошняні вироби, зокрема: печиво, кекси, мафіни, вафлі тощо [1].

Враховуючи динаміку розвитку кондитерської галузі виділено основні тенденції виробництва борошняних кондитерських виробів не лише в світі, а й в Україні – виробництво продукції зі зниженим вмістом цукру; зі зниженим вмістом жиру; без глютену.

Виробниками борошняної кондитерської продукції все більше уваги приділяється можливості заміни борошна пшеничного на безглютенове борошно з нетрадиційних видів сировини.

На світовому ринку широко представлені такі види безглютенового борошна, з нетрадиційного виду сировини як: амарантове; конопляне, кунжутне, лляне гарбузове, горіхове (волоського, кедрового та фундучного).

Пшеничне борошно є основною складовою борошняних виробів, яка суттєво впливає на властивості тіста, здатність утримувати воду та якість готових виробів. Тому, плануючи заміну пшеничного борошна на нетрадиційні його види необхідно реально відтворювати механізм його участі у виробництві борошняних кондитерських виробів.

Більшість науковців і рестораторів вказують на доцільність поєднання безглютенових видів борошна з деякі видами крохмалів. Додавання тапіокового, або рисового крохмалю до виробів сприятиме зниженню коефіцієнту розлому і розтріскування. Однак, ці альтернативи пшеничному борошну будуть поглинати трохи більше води і, тим самим, змінять кількість часу, необхідного на вимішування і випікання, і цей фактор необхідно враховувати під час ведення технологічного процесу.

Для відтворення еластичності і залучення повітря, можна використати гідроколоїди, такі як гідроксилпропіл метилцелюлози, ксантанова камедь, карбоксиметилцелюлоза і камедь плодів ріжкового дерева, які в різних комбінаціях забезпечують отримання продукції із заданими показниками.

Висновки. Таким чином, недостатньо просто змінити один інгредієнт для отримання необхідних смакових якостей, надання оздоровчого ефекту, забезпечення певного терміну придатності, простоти виробництва борошняного кондитерського виробу.

Література.

1. Чим ми ласуємо: аналіз ринку кондитерських виробів [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://surl.li/fpuay>.

11. Підвищення біологічної цінності овочевих страв

Олександр Богдан, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В результаті росту цін на м'ясну сировину та поширенням моди на здорове харчування, зростає попит на продукцію рослинного походження. Основною проблемою, з якою стикаються люди при вживанні суто рослинної продукції – нестача білка в раціоні. Одним із шляхів вирішення даної проблеми є збагачення продукції харчовими добавками та продуктами з високим вмістом білків задля урівноваження балансу між основними макронутрієнтами в готовій страві.

Матеріали і методи. Предметом дослідження є овочеві страви, а саме «Овочеve рагу» приготоване за рецептурою №348 зі збірника рецептур страв; «Овочеve рагу з нутом» (із заміною 30, 40, 50, 60 г компоненту). В роботі були використані теоретичні та органолептичні методи дослідження.

Результати. Виріб оцінювали за наступним властивостям: вміст та співвідношення макронутрієнтів; калорійність страви; вміст вітамінів та мікроелементів; органолептичними показниками: зовнішній вигляд, колір, консистенція, смак та запах.

При розробці овочевого рагу з нутом проводилися дослідження органолептичних показників якості при заміні гороху на нут в різній кількості (30, 40, 50 та 60 г). При проведенні дегустації визначено, що зі збільшенням кількості нуту органолептичні показники страви покращуються, відтак органолептичні показники дослідного зразку №3 перевищують значення контролю, а при менших кількостях нуту (дослідні зразки №1-2) – являються меншими від контрольного зразка. Проте, при надмірному додаванні нуту органолептичні показники погіршуються, про це свідчить результат оцінки дослідного зразка №4. Погіршення показників спричинене зокрема за рахунок надання страві надто вираженого присмаку нуту та підвищенні в'язкості страви.

В ході дослідження було визначено, що заміна звичайного консервованого горошку на нут у страві «Овочеve рагу» позитивно впливає на його нутрієнтний склад шляхом збільшення вмісту білків та вуглеводів у понад 1,3 рази. Завдяки таким змінам страва отримує більш збалансоване співвідношення між білками, жирами та вуглеводами, що складає 1:1,4:3,6 в порівнянні зі співвідношенням макронутрієнтів 0,9:1,8:3,2 у контрольному зразку.

Заміна компонента призвела також і до зміни калорійності страви, яка збільшилась майже в 1,8 рази, з 143,5 ккал в контрольному зразку до 169,3 ккал в удосконаленій страві.

В результаті заміни інгредієнта змінився і вміст мікроелементів та вітамінів у страві, зокрема зменшився вміст сульфуру та натрію, натомість в рази збільшується рівень калію, магнію, фосфору, заліза, цинку і вітаміну В₄, що робить дану заміну вдалою зокрема з точки зору біологічної цінності страви.

Висновки. Розроблено технологію використання нуту замість гороху зеленого консервованого в страві «Овочеve рагу», обґрунтовано раціональну кількість інгредієнту для внесення в страву. В ході досліджень було доведено підвищення харчової та біологічної цінності страви за рахунок додавання даного інгредієнту.

Література.

1. Хімічний склад харчових продуктів. URL: <https://dovidka.biz.ua/kabachok-himichniy-sklad-kaloriynist-korisni-vlastivosti> (дата звернення 25.11.2022).

12. Особливості безвідходного використання овочевої сировини в закладах ресторанного господарства

Софія Боровко, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Овочі – життєво необхідні продукти харчування. Вони посилюють виділення шлункового соку і поліпшують процес травлення, підтримують кислотно-лужну рівновагу і рідинний обмін в організмі. Тому вони широко використовуються в закладах ресторанного господарства для виготовлення різноманітної і смачної кулінарної продукції. Проте у ході дослідження, проведеному факультетом гастрономії та кулінарного мистецтва Стамбульського університету Гелісім [1], з'ясувалося, що 68% овочів у ресторанах викидали. Це змушує задуматися про вплив людини на довкілля і шляхи до вирішення проблем, пов'язаних з екологією.

Матеріали і методи. В роботі було використано теоретичний аналіз інтернет джерел з даної тематики.

Результати. Найбільші втрати овочів відбуваються саме на етапі їх підготовки: миття, нарізання сортування. Крім того, якщо ці процеси виконувати вручну, то втрати сягатимуть аж 45 %, у той час, коли при машинній обробці втрачається лише 10 % від загальної маси овочів. Саме тому, важливим є використання кухонних машин у ЗРГ.

Відходи, які все ж таки утворилися не варто одразу викидати до смітника. У ресторанах картопляні очистки можна використовувати для приготування різноманітних страв, соусів і т.д. Наприклад, Хестон Блюменталь придумав робити солодкий соус з очистків картоплі, вершків і цукру. Інший спосіб використання очистків, який також придумав Хестон Блюменталь – це їх короткотривале варіння в молоці. Після проціджування таке молоко використовують для приготування картопляного пюре. Таке пюре має більш насичений картопляний смак.

Що ж робити, якщо відходи зовсім не підходять для використання в їжу? Замість того, щоб відправляти їх на сміттєзвалище, можна їх компостувати аби дати їм «нове життя». Насправді, компостувати можна не тільки овочі, також можна робити це з фруктами, залишками хліба, меленою кавою і так далі. Не можна компостувати лише м'ясо, рибу, молочні продукти і похідні від них, так як з них не вдасться зробити природних добрив.

На останок, важливо зрозуміти, що для того аби уникнути створення великої кількості відходів, необхідно вжити заходів, які спонукатимуть до раціонального використання сировини. Для цього необхідно проінформувати робітників про важливість зменшення кількості харчових відходів і покращення рівня екології.

Висновки. Згідно з даними ООН, приблизно 22 % від загальної кількості викидів парникових газів припадає на харчовий сектор. І хоча ресторани складають малу його частку, вони також роблять внесок у розвиток довкілля. Наведені способи допоможуть наблизити ресторани та інші заклади ресторанного господарства до безвідходного використання овочевої сировини.

Література.

1. Half of the vegetables in restaurants go to waste. URL: <https://gelisim.edu.tr/en/news/half-of-the-vegetables-in-restaurants-go-to-waste> (дата звернення 27.02.2023).

13. Чи можлива діяльність закладів ресторанного господарства без маркетингу?

Вероніка Вархол, Наталія Стукальська, Олександра Неміріч
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ресторанне господарство у сучасному світі – це не тільки вид економічної діяльності, це – комплексна сфера послуг, адже має забезпечити: належну організацію харчування на високому рівні, організацію спілкування, відпочинку, більш повне задоволення соціально-культурних потреб відвідувачів.

На етапі проектування закладу ресторанного господарства важливо провести дослідження ринку. Аналіз конкурентного середовища є першим кроком до створення успішного закладу, який буде користуватися попитом у населення та стане рентабельним бізнесом для власників.

Результати. Відкриття успішного ресторану – результат наполегливої праці на усіх етапах його проектування. Одним з перших таких етапів є обґрунтування його створення та ефективності функціонування в сучасних ринкових умовах. Без проведення маркетингових досліджень це зробити не можливо.

Щоб просування ресторану було ефективним, а число постійних відвідувачів збільшувалося, ресторатор повинен знати, що таке маркетинг ресторану, і вміти грамотно використовувати у своєму бізнесі його інструменти. Серед універсальних функцій маркетингу виділяють збір інформації та дослідження ринку.

У сучасних умовах розвитку національної економіки в Україні все більшої актуальності набувають питання маркетингового планування, оскільки воно визначає модель ринкової поведінки підприємства залежно від його можливостей та стану маркетингового середовища. Саме маркетингове планування дозволить підприємству в сучасних умовах обирати оптимальні маркетингові інструменти впливу на споживачів, ефективно здійснювати маркетингову діяльність. Особливого значення маркетингове планування набуває в підприємствах ресторанного господарства.

У сучасних умовах постійно зростає роль послуг. Повсякчас збільшуються кількість суб'єктів, працівників, зайнятих у сфері послуг, обсяг реалізованої продукції. Поняття «послуга» включає в себе значну кількість різноманітних видів діяльності. Одним із видів послуг, що надаються споживачам, є послуги об'єктів ресторанного господарства. Послуги, які надають заклади ресторанного господарства, мають загальні і специфічні особливості.

Нинішній ринок послуг ресторанного господарства характеризується загостренням конкуренції. Для більш ефективної діяльності власники закладів ресторанного господарства повинні прикладати зусилля, щоб утримати вже існуючих та завоювати нових клієнтів. Для цього потрібно впроваджувати сучасні новітні форми та методи управління, виготовлення страв, обслуговування клієнтів, використовувати сучасне обладнання, підвищувати якість страв та обслуговування, швидко та гнучко реагувати на зміну потреб споживачів, враховуючи специфіку послуг саме цих об'єктів, щоб стати і залишитися неповторними, кращими з кращих.

Висновки. Таким чином, послуги закладів ресторанного господарства мають свої специфічні ознаки, що визначають особливості маркетингового управління їхніми споживачами, адже ця сфера вимагає більш широкого застосування маркетингу для дослідження потреб і поведінки покупців, їх задоволення та впливу на них.

14. Розробка технології м'якого морозива на базі ксиліту

Олександра Неміріч, Наталія Стукальська, Володимир Гуцуляк
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Актуальність тенденції виробництва поліфункціональних напівфабрикатів у продукції спрямовані на створення м'якого морозива, збагаченого на фізіологічно-функціональні інгредієнти. Саме тому розроблення та обґрунтування технологічних параметрів виробництва інноваційного м'якого морозива з використанням натуральних нетрадиційних інгредієнтів є актуальним на основі поліфункціональних напівфабрикатів та базі ксиліту.

Матеріали та методи. Застосування новітнього виду сировини, багатой на корисні речовини, дозволить розширити асортимент морозива зі зниженою калорійністю та покращити фізико-хімічні показники. У якості основи поліфункціонального напівфабрикату використано дрібнодисперсну харчову емульсію збалансовану за жирнокислотним складом [1] та природній вуглевод – ксиліт. Під час роботи було використано органолептичні, фізико-хімічні та структурно механічні методи досліджень.

Результати. За своїми технологічними властивостями напівфабрикат утворює одночасно гель, емульсію та суспензію при певному відсотку концентрації ксиліту, що формує структуру готового замороженого десерту.

Ксиліт характеризується і розглядається як нетоксична, неалергенна та неподрозлива речовина. Має дуже низький глікемічний індекс, метаболізується незалежно від інсуліну та, на відміну від глюкози і сахарози, не обумовлює суттєвого підвищення рівня глюкози у крові [2].

Як молочну основу рекомендовано застосовувати молоко коров'яче знежирене, що містить поживні речовини, зокрема, кальцій, вітамін D, білок, фосфор, магній, калій.

Використання харчової емульсії дозволило збільшити вміст поліненасичених жирних кислот в готовому продукті.

Висновки. Використовувати ксиліт можна так само як звичайний цукор, де одна чайна ложка ксиліту відповідає приблизно 1 чайній ложці білого цукру.

Температурний діапазон, в якому може використовуватися ксиліт, широкий – приготування, випічки, заморозки У складі м'якого морозива на 40% зменшує вміст калорій, ніж при використанні цукру та надає відчуття ситості, допомагає контролювати вагу, використовується як джерело енергії.

Усі вище описані методи дають змогу отримати м'яке морозиво з покращеними органолептичними, фізико-хімічними показниками якості, структурою та підвищеною харчовою цінністю порівняно із замороженим десертом, отриманим за класичною технологією.

Література.

1. Одарченко М.С., Сподар К.В. Застосування стабілізаторів структури та їх вплив на текстуру сметаних десертів. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2011. Вип. 1. С. 242–249.

2. Voragen A.G. Technological aspecto of functional food – related carbohydrates. Trends in Food Science and Technology. 1998. №9. p. 328 – 333.

15. Моніторинг показників безпеки та якості удосконаленого десерту «Чізкейк»

Олександра Неміріч, Наталія Стукальська, Катерина Златєва
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Безпечність харчових продуктів є важливим питанням, нерозривно пов'язаним зі здоров'ям суспільства в усіх країнах світу. В останні роки питання безпечності харчових продуктів викликають занепокоєння громадськості, починаючи з генетичномодифікованих продуктів і закінчуючи харчовими інтоксикаціями.

Матеріали та методи. Більшість підприємств для подолання даної проблеми починають розробляти систему моніторингу безпечності та якості виробництва на основі принципів НАССР.

Результати. Встановлено, що система НАССР передбачає ґрунтовний аналіз технологічного (виробничого) процесу з метою зменшення мікробіологічної, фізичної і хімічної небезпеки. Вона передбачає впровадження 12 етапів, з яких 7 є принципові:

1. Аналіз небезпеки. Пошук потенційної небезпеки продукту та ідентифікація методів її визначення.

2. Пошук контрольних критичних точок. Це точки впродовж процесу виробництва продукту (від обробки сировини до споживання готової продукції), на яких можливий контроль та зменшення потенційної небезпеки. Прикладом, є дефростація, теплова обробка, охолодження, пакування.

3. Встановлення попереджувальних екстремумів для кожної контрольної точки.

4. Встановлення процедури моніторингу за критичними точками. Такі процедури мають визначати коло осіб, які відповідають за контроль технологічного процесу, параметри, тривалість контролю, характер дій і об'єкти дослідження.

5. Визначення адекватних дій на порушення екстремумів контрольних точок.

6. Визначення дій для перевірки характеристик технологічного процесу, наприклад перевірка даних контрольно-вимірювальної апаратури, що вимірює температуру і тривалість витримки під час пастеризації.

7. Розробка системи документування НАССР.

За даною схемою визначено, що під час виготовлення сучасного десерту «Чізкейк» існує 4 можливих небезпечних факторів ККТ, які необхідно контролювати з метою виготовлення безпечної та якісної продукції. Даними критичними точками є: санітарна обробка яєць, смаження, тобто тепла обробка продукту, зберігання та/або реалізація після виготовлення, контакт з працівниками.

Одним із найвагоміших факторів їх якості є вміст активних компонентів, що формують біологічну цінність продукту. В той же час цей показник може бути і показником небезпечності продукту, проводити до загрози здоров'ю людини у разі порушення визначеного рівня таких компонентів.

Тому відомості щодо вмісту біологічно активних компонентів мають бути включені у систему НАССР і як фактор якості, і як фактор небезпеки.

Висновки. При розробці плану управління безпечністю сучасного десерту «Чізкейк» встановлено 4 критичних контрольних точок, що стосуються етапів виробництва продукції, зберігання сировини та готового продукту, дотримання персоналом правил особистої гігієни та карантинних вимог.

16. Розширення асортименту соусів для м'ясних страв

Євгенія Семенюченко¹, Наталія Стукальська¹, Артем Антоненко²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Вступ. Соус для кухаря – справжня алхімія, яка допомагає дивовижним чином підсилити смак страви. Але під час підбору соусу потрібно завжди пам'ятати, що він повинен не перебивати страву, а тільки покращувати її. Соус, виготовлений за всіма правилами доповнить страву і стане його невід'ємною частиною.

Матеріали і методи. Предметом дослідження є «Соус червоний кисло-солодкий», виготовлений за рецептурою №776 зі збірника рецептур страв; соус червоний кисло-солодкий з заміною борошняної пасеровки на картопляний, кукурудзяний крохмаль і крохмаль манітоби. В роботі використовувались теоретичні, експериментальні та емпіричні методи дослідження (виготовлення і порівняння соусу з різними видами крохмалю).

Результати. Одним з варіантів заміни борошняної пасеровки в соусах є використання крохмалю. На першому етапі дослідження було визначено оптимальну кількість різних видів крохмалю для відтворення органолептичних показників соусів, наближених до класичної рецептури соусу «кисло-солодкого». Для зручності оцінювання результатів експериментів зразки було пронумеровано наступним чином: зразок 1 – соус «Червоний кисло-солодкий» з заміною борошняної пасеровки на тапіоку; зразок 2 – з картопляним крохмалем; зразок 3 – з кукурудзяним крохмалем.

Для загущення у кожний експериментальний зразок соусів додавали по 5 % різного виду загущувачів: тапіоки, картопляного і кукурудзяного крохмалів.

При органолептичній оцінці зразку 1, робимо висновки: у випадку додавання такої кількості тапіоки консистенція соусу наближена до еталону, смак і запах відповідають продуктам, які входять до складу соусу, колір – червоно-коричневий, з легкою прозорістю. Зразок 2 має привабливий колір, запах та смак відповідає контрольному зразку, але консистенція недостатньо густа. Відповідно для досягнення певної консистенції необхідно збільшити відсоток доданого крохмалю.

Зразок 3 не відповідає еталону за густиною, запах не яскраво-виражений, колір блідий. Кількість загущувача необхідно збільшити майже у двічі.

Подальшим експериментальним шляхом було визначено, що оптимальна кількість загуснику для зразка 1 – 5,5%; для зразка 2 – 6%; для зразка 3 – 9%.

При заміні борошняної пасеровки на різні види загущувачів змінюється енергетична і харчова цінність вихідного продукту. Враховуючи збіднений вітамінний і мінеральний склад крохмалів було вирішено до технології додавати подрібнені сублімовані овочі, які не тільки підвищать харчову цінність продукту, а і покращать її смакові властивості.

Відповідно у першому, другому і третьому експериментальних зразках: енергетична цінність зменшилась на 12, 12, 7%. Вміст вуглеводів збільшився на 21, 22, 34%, кількість білків зменшилась на 3%, жирів на 1%. Вміст мінеральних речовин зменшився на 9%, а вітамінів – збільшився на 2, 2, 3%.

Висновки. Результати дослідження свідчать, що включення таких соусів до раціону харчування сприятимуть кращій засвоюваності продукції для категорії населення, яка чутлива до глютену. Також для основної маси споживачів такий соус також буде раціональним для споживання, оскільки калорійність зменшилась до 13%.

17. Сучасні наукові напрями у технології холодних солодких страв

Катерина Колісніченко, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Холодні солодкі страви – це не просто солодкий десерт, це чудовий завершальний акорд на будь-якому заході, переконлива демонстрація кулінарного таланту. Солодкі страви не тільки калорійні, а ще й мають високі смакові властивості, багато вітамінів, мінеральних речовин та мікроелементів.

Тому удосконалення даної групи страв є актуальним, оскільки холодні солодкі страви не тільки гарно виглядають, є поживними та дуже корисні. А це важливо для сучасної людини, яка переносить на собі наслідки несприятливої екології, стрес та багато зовнішніх подразників.

Матеріали та методи. В роботі описується процес удосконалення виробництва солодких страв, розробка рецептур та оцінка якості покращеної страви на основі «Апельсиновий сорбет» з додаванням обліпихи.

Результати. Удосконалення страви проводилося за рахунок використання каротиновмісної сировини, такої як обліпиха. Каротиноїди є провітамінами А, метаболічними попередниками вітаміну А; найбільш важливим серед них є β -каротин.

Холодні солодкі десерти не тільки даруватимуть насолоду від споживання, а й забезпечуватимуть вітамінну профілактику організму та даруватимуть десертам свій яскравий насичений колір, тому використання каротиновмісної сировини у холодних солодких стравах є актуальним рішенням.

Однак при виробництві холодних солодких десертів застосування каротиноїдів пов'язане не тільки зі збагаченням продуктів вітамінами, але і здебільшого із застосуванням їх як жовтих барвників.

Обліпиха має унікальний вітамінно-мінеральний комплекс, в якому присутні: пектин, бета-каротин, холін, фолієва кислота, вітаміни А, В₁, В₂, С, Е, К, Н та РР.

Ягоди обліпихи – природний антибіотик, мають протизапальні та бактерицидні властивості, застосовуються при застудних та вірусних захворюваннях, вважаються відмінним імуностимулятором.

Провісивши розрахунок поживної цінності можна зробити висновок, що в порівнянні з базовою стравою, з розрахунку на 100 г: вміст білків збільшився – на 0,2 г, вміст жирів збільшився – на 2,5 г, вміст вуглеводів зменшився – на 0,7 г. Калорійність загалом зменшилася на 1,3 Ккал.

Висновки. З проведених досліджень щодо харчової цінності каротиновмісної сировини, було зроблено висновок, що додавання обліпихи значно підвищило харчову цінність базової страви, за вмістом каротину. Обліпиха має найвищий показник, тому удосконалення обліпихою актуальне для створення нової солодкої страви.

Література.

1. Дзюба Н.А., Кашкано М.А., Калугіна І.М., Олійник М.І. Аналіз сучасних технологій виробництва солодких страв для оздоровчого харчування : навч. посіб. Одеса : ОНАХТ, 2019. 71 с.
2. Польовик В. В., Корецька І. Л., Березова Г. О., Кравчук Н. М. Використання солодких структуроутворювачів для покращення якості десерту. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: технічні науки, Том 30 (69) Ч. 2 № 6. 2019. С. 126-132.

18. Батат як основна сировина у складі страв ЗРГ

Ростислав Кузьменко, Ганна Березова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На даний момент батат використовується для приготування різних страв у ЗРГ рідше, ніж та сама картопля, але все більше і більше здобуває популярність в різних куточках світу. Завдяки своєму багатому хімічному складу даний вид овочу займає вагомую роль і є дійсно унікальним у складі страв.

Матеріали та методи. Батат – універсальний продукт, його можна вживати як сирим, так і смаженим, печеним чи у вигляді десертів, адже він додає стравам приємний смак та аромат, а також забезпечує організм необхідною порцією поживних речовин. Проведено органолептичну оцінку по двом стравам, а саме пюре з батата та картопляне пюре, а також зроблено порівняння хімічного складу страв.

Результати та обговорення. Проведення органолептичної оцінки страв відбулося завдяки трьом експертам за наступними показниками: зовнішній вигляд, консистенція, смак, колір та запах (Таблиця 1).

Таблиця 1 – Органолептична оцінка експертів

Показники	Зовнішній вигляд	Консистенція	Колір	Смак	Запах	Загальна оцінка
Пюре з батата	4,80	4,76	4,92	4,78	4,83	4,82
Картопляне пюре	4,80	4,69	4,78	4,85	4,76	4,78

Органолептична оцінка експертів задовольняє нас, але щодо оцінок, то картопляне пюре має нижчу загальну оцінку (4,78), ніж у пюре з батата (4,82).

Порівняння складу пюре з батата та картопляного пюре на 100 г (Таблиця 2).

Таблиця 2 – Порівняння хімічного складу двох страв

Показник	Од. вим.	Пюре з батата	Картопляне пюре
Калорійність	ккал	121,1	140
Білки	г	2,6	2,7
Жири	г	5,5	5,9
Вуглеводи	г	15,6	18,9
Вітамін А	мкг	357,7	46
Вітамін В5	мг	0,952	0,397
Вітамін С	мг	25,74	22,41
Вітамін РР	мг	0,806	2,14
Калій	мг	464,9	654,7
Кальцій	мг	57,7	31,05
Цинк	мг	0,403	0,47

За хімічним складом пюре з батата має меншу калорійність в порівнянні з картопляним пюре. Але за вітамінним та мінеральним складом відрізняються, а саме деякі вітаміни менші та деякі більші у пюре з батата. Щодо мінералів, то пюре з батата перевищує картопляне пюре за усіма показниками, крім цинку.

Висновок. Отже, батат як основна сировина у стравах ЗРГ є перспективним напрямком розвитку кулінарії, адже він у своєму складі має великий вміст вітамінів та мінералів. Приготоване пюре з батата має приємний смак та текстуру, що робить його більш привабливим та смачним для споживачів.

19. Використання булгура в стравах української кухні

Ганна Березова, Денис Фефелов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Наразі харчова індустрія підкорюється сучасним трендам вдосконалення класичних страв. Відповідно, працівники індустрії шукають методи збалансування класичного рецептурного складу із використанням неklasичної для страв сировини.

Матеріали та методи. Булгур запропонований в якості альтернативної сировини для страви закладів ресторанного господарства, а саме голубців. Для порівняльної оцінки «класичної» та інноваційної рецептур було використано органолептичний аналіз експертною комісією та порівняння хімічного складу обох страв.

Результати обговорення. Органолептичне оцінювання страв проводилося сімома експертами за органолептичними показниками, що представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зібрані дані органолептичної оцінки по двом стравам

Показники	Зовнішній вигляд	Колір	Консистенція	Запах	Смак	Загальний результат
Голубці «Класичні»	4,71	4,69	4,74	4,59	4,68	4,68
Голубці з булгуром	4,77	4,73	4,71	4,73	4,84	4,76

Загальний результат органолептичної оцінки: голубці «Класичні» – 4,68; голубці з булгуром – 4,76. Розсипчатий булгур збагачує стандартні смаки класичної рецептури.

За вітамінним та мінеральним складом, використання булгуру в інноваційній страві посприяло збільшенню кількості вітамінів: В₄, В₉ та РР (таблиця 2).

Таблиця 2 – Порівняльна характеристика класичної та інноваційної страви

Показник	Од. вим.	Голубці «Класичні»	Голубці з булгуром	D	мкг	0,04	0,04
Калорійність на 100 г	ккал	140,9	136,9	E	мг	1,09	1,08
Білки	г	7,4	7,4	K	мкг	41,8	41,8
Жири	г	8,8	8,8	PP	мг	1,8	1,85
Вуглеводи	г	7,4	6,3	Мінеральні речовини			
Клітковина	г	1,1	1,4	макро-:			
Вітаміни:				Mg	мг	16,2	17,9
V ₁	мг	0,06	0,07	Na	мг	150,7	119
V ₂	мг	0,09	0,09	P	мг	100,9	101
V ₄	мг	35,73	36,14	мікро-:			
V ₆	мг	0,19	0,18	Fe	мг	0,84	0,91
V ₉	мкг	15,42	16,68	Cu	мкг	49,25	49,8

Висновки. Органолептичний аналіз встановив перевагу у користь інноваційної рецептури. Вітамінний та мінеральний склад – зазнав приросту у страві з булгуром. Зазначу, що вживання булгуру необхідне людям схильним до інсульту і при зниженні ваги. Поза тим, сировина бере участь у відновленні сил після фізичного навантаження.

20. Сучасні тренди у барному господарстві

Ганна Березова, Дар'я Лантух

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сучасний ресторанный бізнес має свої тенденції, що постійно змінюються в залежності від уподобань споживачів. Завдяки швидкому розвитку технологій за останні роки відбулися суттєві зміни у кулінарному світі.

Матеріали і методи. Зроблено аналітичний огляд сучасних джерел інформації щодо актуальних трендів барного господарства за останні два роки – заклади барного господарства почали використовувати нові інноваційні продукти та прийняли оновлену ділову практику, що призвела до нових хвиль барних тенденцій.

Результати. Найпопулярнішими трендами сьогодення барної індустрії є: *бутильовані коктейлі «To-go»*. Цей тренд набув популярності під час карантинів. Різні країни і міста послабили свої закони про спиртні напої, щоб дозволити барам і ресторанам пропонувати напої на виніс, що є вкрай необхідним джерелом доходу для закладів, які не передбачають варіанти доставки їжі. Найбільшу популярність отримав цей тренд у Нью-Йорку. *Складні коктейлі*. За час локдаунів гості наших закладів навчилися готувати нескладні коктейлі вдома і з поверненням в бар очікують чогось неповторного, абсолютно незвичайного, як по смаку так і в подачах. Бармени всього світу працюють над дивовижними і цікавими напоями для своїх гостей. Кількість лабораторій в барах за останній рік зросла в рази. Такі інструменти, як роторний випарювач, су-вид, термоміксер, ультразвуник, центрифуга, вже не рідкість для великого міста. Бармени вивчають і відкривають нові грані здібностей цих інструментів для створення наднових складових і текстур напоїв. *Коктейльні набори (cocktails kit)*. Популярність набирають і коктейльні набори. На жаль, не у всіх країнах можна легально доставляти запечатані коктейлі, та барні ентузіасти не залишили гостей без можливості смачно випити вдома. Замовити кордіали, сиропи, фреші стало черговою можливістю не втратити вечір в спробі змішати з алкоголем незмішувани складові. Вперше такі набори започаткували в Амстердамі. *Нові трендові спирити*. Сучасні тенденції категорій спиртних напоїв – це висококласні текіла, мезкаль, витриманий ром і аперитиви на основі спиртних напоїв. В останні кілька років на ринок були запущені нові агавові спирти. А ключова ринкова тенденція в індустрії напоїв показує, що споживачі «п'ють менше, але п'ють краще», і немає ніяких ознак спаду тенденції. У міру того, як споживачі все більше цікавляться віком і походженням, очікується, що продаж висококласних алкогольних напоїв збільшаться і буде рости у найближчі кілька років. *Безалкогольні і LOW ABV коктейлі*. Це один з найбільш зростаючих і стійких трендів на найближчі роки. Напої з низьким вмістом алкоголю, які зараз пропонуються барами для пропаганди вживання алкоголю в денний час, – це тенденція, яка зростає. Вони також корисні для вашого здоров'я і мають економічний сенс для барів, незалежно від годин роботи. *Моктейлі* (коктейльний напій без алкогольних інгредієнтів) стали окремим напрямом в барній індустрії в 2022 році, зазвичай є освіжаючими та збалансованими, не дуже солодкі та фруктові, можуть бути кислими, сухими, та навіть гіркими.

Висновки. Ресторанный бізнес та барна справа активно розвивається та є однією з найвагоміших складових індустрії гостинності. Головним завданням сьогодні є постійний аналіз ринку ресторанный послуг: нових сервісів, форматів, технологічних інновацій, що дозволять приваблювати більшу кількість гостей та задовольнити потреби навіть найвибагливіших з них.

21. Удосконалення рецептурної композиції змішаного гарячого алкогольного напою із застосуванням замітника цукру

Володимир Польовик, Марія Омельченко, Олег Кузьмін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Використання замітника цукру, що має низький глікемічний індекс та глікемічне навантаження, дозволяє створити напій, який доцільно використовувати для розширення контингенту споживачів закладів ресторанного господарства [1].

Матеріали і методи. Напій «Застільний». Органолептичні показники – експертний метод, визначення глікемічних показників – таблиці глікемічних індексів, аналітичний метод.

Результати. Причинно-наслідковий зв'язок між запропонованими ознаками і очікуваним технічним результатом полягає у наступному. Задача створення напою зі зниженим показником глікемічного індексу, глікемічного навантаження та з поліпшеними органолептичними показниками, вирішується тим, що до складу глінтвейну входить вино червоне сухе, збільшена кількість прянощів: гвоздики сушеної, мускатного горіху меленого, бад'яну сушеного, кориці меленої, ванілі стручкової, а також зменшено кількість лимону свіжого (табл. 1). Згідно органолептичної оцінки, найвищі значення отримано при заміні цукру на ізомальт у співвідношенні 1:2 [2].

Таблиця 1 – Рецептурний склад модельної композиції розробленого напою

Назва сировини	г/1000 мл
Вино червоне сухе	1000,0
Ізомальт	176,0
Гвоздика сушена	0,96
Мускатний горіх мелений	0,83
Бад'ян сушений	16,8
Кориця мелена	9,0
Ваніль стручкова	0,3
Лимон свіжий	8,0

Глікемічне навантаження базового напою – $0 + 4,5 + 69,3 + 0,21 + 0,0035 + 0,003375 + 0,00525 = 74,022125$.

Глікемічне навантаження удосконаленого напою – $0 + 5,1744 + 0,01296 + 0,008715 + 8,9712 + 0,126 + 0,001875 + 0,048 = 14,34315$.

Отже, глікемічне навантаження зменшилось у 5,16 рази.

Висновки. Завдяки застосуванню низькокалорійного замітника цукру, вдалося зменшити глікемічний індекс та глікемічне навантаження напою, що дозволяє використовувати його для приваблення додаткового контингенту споживачів.

Література.

1. Moszczynski P., Tabarowski Z. Nutritional and Therapeutic Interventions for Diabetes and Metabolic Syndrome (Second Edition). Chapter 32 – Meal Plans for Diabetics: Caloric Intake, Calorie Counting, and Glycemic Index. Academic press. 2018. pp. 403–427.

2. McNutt K., Sentko A. Encyclopedia of Food Sciences and Nutrition (Second Edition). Isomalt. Academic press. 2003. pp. 3401–3408.

22. Цукор в хлібобулочній продукції

Ольга Коваль, Дар'я Дабіжа

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В Україні досить поширено споживання хлібобулочної продукції. Насамперед це пов'язано з легкою доступністю та високою якістю даного асортименту. Метою нашого дослідження є огляд різних видів рослинного цукру, впровадження яких в рецептуру може покращити харчову цінність виробів.

Матеріали і методи. Матеріалом для дослідження є кокосовий цукор.

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

Результати. У сучасному виробництві борошняних кондитерських виробів використовують найрізноманітніші види цукрів, серед яких: буряковий, тростинний, кленовий, пальмовий, кокосовий, сорговий, солодовий.

Сьогодні активно здійснюється пошук нових та альтернативних видів цукру та підсолоджувачів з натуральної сировини. Одним з яких є кокосовий цукор. Кокосовий цукор видобувається із соку суцвіть кокосової пальми *Cocos nucifera*, це натуральний вуглевод, виготовлений із соку кокосової пальми. Його виробництво складається з двох етапів: на квітці кокосової пальми роблять надріз та збирають рідкий сік у ємності, сік нагрівають для випаровування частини води. Кінцевий продукт має коричневий і колір аналогічний кольору цукру–сирцю, рафінації не піддають. Головною перевагою кокосового цукру є високий вміст поживних речовин, які зберігаються завдяки простому процесу збору та мінімальній обробці квіткового соку. У 100 г кокосового цукру: 382 ккал, 93,4 г вуглеводів, 1,1 г білків і 0,4 г жирів. Традиційний цукровий пісок – чистий швидкий вуглевод (на 100 грам: 99,7 г вуглеводів, 398 ккал). Кокосовий цукор характеризується багатим вітамінно–мінеральним складом – містить магній, натрій, калій, залізо, цинк, кальцій, вітаміни групи В, вітамін С. Високий вміст інізітола у складі цукру, дозволяє підтримувати повноцінне функціонування нервової системи. До складу цього цукру також входять 16 амінокислот, які регулюють процеси метаболізму та енергетичний обмін, забезпечуючи роботу організму. Характеризуючи різні види цукрів, варто виділити такий важливий показник, як глікемічний індекс. Глікемічний індекс кокосового цукру (35 од.), у порівнянні з буряковим (70 од), є значно нижчим завдяки наявності у його складі невеликої кількості жирів, клітковини, швидкість його засвоєння нижча, ніж у звичайного, що дозволяє зробити припущення про доцільність використання кокосового цукру для розробки нових видів борошняних кондитерських виробів, зокрема круасанів. Крім того, кокосовий цукор вважається одним з найбільш вдалих заміників цукру білого, так як в його склад входить менша кількість фруктози (2,7% на 100 г).

Висновок. Використання кокосового цукру має ряд переваг. Зокрема його харчова цінність вища у порівнянні з буряковим цукром, має приємний карамельно–горіховий аромат та менш солодкий смак, що визначає доцільність його використання у борошняних кондитерських виробках та дає можливість розробити нові та унікальні рецептури з використанням даної сировини, що розширить асортимент хлібобулочних виробів для закладів ресторанного господарства.

23. Розширення асортименту страв із м'яса шляхом використання сучасних технік приготування

Володимир Захаров, Поліна Курочкіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. М'ясо – один з найважливіших продуктів харчування, яке має чудові кулінарні якості. Воно просто поєднується з різними продуктами – овочами, крупами, макаронними виробами, приготованими у вигляді гарнірів. Поряд із повноцінними білками м'ясо містить жир і так звані екстрактивні речовини, які сприяють кращому засвоєнню їжі.

Матеріали та методи. У роботі використані теоретичні та аналітичні методи досліджень.

Результати. В роботі була відібрана базова страва «Біфштекс» та три варіанти удосконалених страв: «Біфштекс фламбе», «Біфштекс сувід», «Біфштекс барбекю».

Сутністю удосконалення виступило використання таких сучасних технік приготування основних страв з порційних м'ясних напівфабрикатів, як фламбування, сувід та барбекю.

В порівнянні страви «Біфштекс фламбе» з базовою стравою, з розрахунку на 100 г: вміст білків зменшився – на 5,4 г, вміст жирів зменшився – на 5,2 г, вміст вуглеводів не змінився. Калорійність загалом зменшилася на 57,5 ккал. В порівнянні страви «Біфштекс сувід» з базовою стравою, поживна та енергетична цінність не змінилася. В порівнянні страви «Біфштекс барбекю» з базовою стравою, з розрахунку на 100 г: вміст білків збільшився – на 0,05 г, вміст жирів не змінився, вміст вуглеводів не змінився. Калорійність загалом зменшилася на 0,18 ккал.

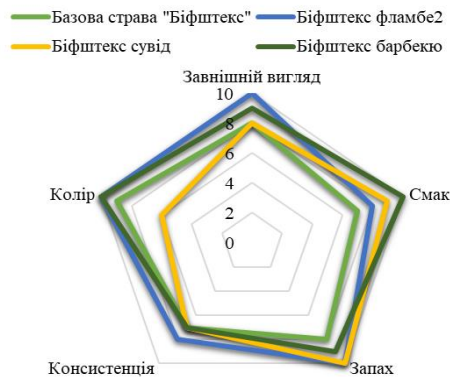


Рисунок – Профілограмма органолептичної оцінки страв типу біфштекс

Згідно рисунку, удосконалені біфштекси за органолептичними показниками не гірші за базову страву і за деякими параметрами – кращі.

Висновки. Загалом удосконалення біфштексу шляхом запровадження сучасних технологій приготування практично не змінює харчову цінність. Удосконалення шляхом запровадження сучасних технологій приготування актуальне, щоб урізноманітнити меню та залучити більше гостей.

24. Переваги введення супів-пюре у раціон харчування людей

Володимир Захаров, Анна Бохан

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Суп-пюре – модний та відносно недавній винахід кулінарного мистецтва, у приготуванні якого не втомлюються змагатися кухаря і прості домогосподарки з різних куточків планети. Суп-пюре представляє собою густе перше блюдо, яке готують з перетертих овочів, круп, м'яса або риби, нерідко його заправляють молоком, маслом, вершками. Таке блюдо дуже добре засвоюється організмом, його їдять і дорослі, і діти та люди, які стежать за своїм харчуванням.

Матеріали та методи. У роботі використані теоретичні та аналітичні методи досліджень. Об'єктом виступили супи-пюре, предметом – їх вплив на організм людей.

Результати. Супи-пюре готують з овочів, бобових, м'ясопродуктів, грибів, які піддають тепловій обробці (варінню, тушкуванню, припусканню), потім подрібнюють до однорізної консистенції, за необхідності розводять бульйоном, молоком чи овочевим відваром. Вкінці суп заправляють маслом, вершками чи сметаною, щоб він набув густоти, ніжної консистенції та блиску. У якості загущувача може використовуватися картопляне пюре, відварений і протертий рис та бобові. Раніше їх приготування було більш складним, проте з появою зручної кухонної техніки для тонкого подрібнення (блендери та кухонні комбайни), кожен шеф з задоволенням розробляє технологію свого фірмового супу-пюре.

Завдяки можливості використання різноманітних інгредієнтів, як рослинного, так і тваринного походження, суп-пюре може мати наближене до ідеального поєднання білків, жирів та вуглеводів. За рахунок технології приготування компоненти легко засвоюються, і навіть висококалорійні супи дуже швидко перетравлюються, насичуючи організм корисними речовинами.

Супи-пюре мають у своєму складі значну частку води, завдяки чому збагачує раціон людини рідиною. Більш того, такий склад помітно полегшує процес травлення. Багаті супи-пюре і на вміст найрізноманітніших нутрієнтів. Через ошадливу теплову обробку, більшість корисних макро- та мікроелементів зберігаються у даній страві. У процесі варіння втрачається лише частина корисних речовин, але приблизно до 75% від їх початкового об'єму зберігається. Головне, овочі не переварювати, і тоді суп-пюре збагатить меню найважливішими для організму людини компонентами. Єдине виключення – це вітамін С, він під впливом будь-якої температурної обробки втрачається практично повністю.

Так як у страві присутні жири, а компоненти сильно перетерті, його легко перетравлює наш шлунково-кишковий тракт, а наявні вітаміни і мікроелементи швидко всмоктуються. Тому, користь супу-пюре очевидна для людей із ослабленим хворобами імунітетом. Овочі та деякі крупи містять багато клітковини, в цьому додаткова користь супу-пюре для шлунка, і всього організму в цілому. Харчові волокна допомагають у роботі кишечнику та прискорюють обмін речовин. Також вони створюють ефект «заповненого шлунку»: ми з'їдаємо невелику порцію супу-пюре, а харчові волокна розбухають у шлунку, і у людини виникає відчуття ситості.

Висновки. Можна дійти до висновку, що супи-пюре через можливість використовувати у приготуванні найрізноманітніші інгредієнти можуть бути збалансованими стравами за вмістом нутрієнтів для будь-якої групи населення. Суп-пюре сподобається і тим, хто не любить їсти сирі або просто крупно нарізані овочі. Проте, зловживання супами-пюре може призвести до синдрому «ледачого шлунка».

25. Перспективи використання інноваційної сировини у виробництві соусу майонез

Володимир Захаров, Богдан Донець

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зважаючи на негативний вплив навколишнього середовища, з кожним роком виникає все більша необхідність виробництва харчових продуктів, збагачених натуральними інгредієнтами, які можуть корегувати дефіцит мікронутрієнтів, підвищувати стійкість організму до несприятливих зовнішніх умов. Найбільш повноцінним природним джерелом біологічно активних речовин (БАР) є фруктова та овочева сировина і продукти її переробки. Значний сегмент ринку харчової продукції на основі цієї сировини займають соуси.

Матеріали і методи. Об'єктом дослідження є інноваційні технології виробництва соусів, предмети дослідження – соус майонез, рижієва олія, ягода кістяник.

Результати. Зацікавленість щодо соусної продукції обумовлена високими споживними властивостями, засвоєваністю, можливістю регулювати хімічний склад, харчову та біологічну цінність, калорійність основної страви.

В асортименті соусної продукції, що представлена на українському ринку, більшість соусів містять консерванти, штучні стабілізатори та емульгатори, які згубно впливають на організм людини й не рекомендовані для щоденного споживання.

З метою збагачення біологічної цінності соусної продукції було прийнято рішення замінити соняшникову олію рижієвою та додати новий рецептурний компонент – ягоди кістяник.

Склад рижієвої олії вирізняється не тільки оптимальним співвідношенням насичених і ненасичених жирних кислот, але також підвищеною концентрацією поліненасичених кислот Омега-3 і Омега-6. На відміну від соняшnikової олії у рижієвій вміст омега-6 кислот набагато нижчий і складає всього 18%, в той час як омега-3 знаходиться в районі 50%, що робить саме цю олію найкращим вибором для людей, які опікуються своїм здоров'ям та вегетаріанців, що не можуть споживати Омегу-3 з риби. По кількості вітаміну Е – рижієву олію можна назвати лідером серед таких рослинних олій, як льняна, гірчична і соняшnikова.

Особливістю мінерального складу рижієвої олії є присутність в ній значної кількості магнію, який відіграє важливу роль в енергетичному, білковому і вуглеводному обміні, що має протизапальну і протиалергічну властивість. Цей макроелемент "відповідає" за правильну роботу серцево-судинної, м'язової та нервової системи, а також сприяє підтримці нормального рівня цукру в крові і поліпшенню травлення.

Кістяник – плоди, які у своєму складі містять вуглеводи, органічні кислоти, пектинові та дубильні речовини, до 44 мг% вітаміну С, більше 1000 мг% флавоноїдів, токоферол, фітонциди. Додавання даної ягоди до рецептурного складу дозволить збагатити біологічно активні і фізіологічно значущі речовини майонезного соусу, що містяться у пюре з ягід, підвищити органолептичні показники продукту, а також розширити асортимент майонезних соусів. Так як кістяника також містить в своєму складі пектин, то прогнозується що додавання пюре, зробленого з даної ягоди надасть соусу правильну текстуру та приємний, гармонічний і яскравий смак.

Висновки. Отже, після проведення теоретичного аналізу рижієвої олії та ягоди кістяника можна зробити висновок, що використання даної нетрадиційної сировини для інновації соусу майонез зможе підвищити харчову та біологічну цінність даного продукту, а також зробить його набагато кориснішим.

26. Удосконалення борошняних кулінарних виробів – пончиків

Володимир Захаров, Роман Ісаєв

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Борошняні кулінарні вироби мають велике значення в харчуванні. Оскільки сировина, з якої їх готують, є основним джерелом енергії та пластичним матеріалом для побудови клітин тканини.

Матеріали та методи. У роботі використані теоретичні та аналітичні методи досліджень.

Результати. До складу борошняних кулінарних виробів входять жири тваринного та рослинного походження, які беруть участь у жировому обміні та сприяють нормальній діяльності центральної нервової системи. Білки, які сприяють побудові клітин, вуглеводи, які є енергетичним матеріалом м'язової роботи.

В роботі була відібрана базова страва «Пончики» та три варіанти удосконалених страв: «Пончики з рисового борошна», «Пончики з кукурудзяного борошна», «Пончики з манної крупи». В якості основного інгредієнта було обрано пшеничне борошно. В якості інгредієнтів для удосконалення використовувалося рисове борошно, кукурудзяне борошно, манна крупа.

В порівнянні страви «Пончики з рисового борошна» з базовою стравою, з розрахунку на 100 г: вміст білків зменшився – на 2,3 г, вміст жирів зменшився – на 0,2 г, вміст вуглеводів збільшився – на 3,6 г. Калорійність загалом збільшилася на 3,3 ккал. В порівнянні страви «Пончики з кукурудзяного борошна» з базовою стравою, з розрахунку на 100 г: вміст білків зменшився – на 2,3 г, вміст жирів збільшився – на 0,2 г, вміст вуглеводів зменшився – на 2,1 г. Калорійність загалом зменшилась на 16,2 ккал. В порівнянні страви «Пончики з манної крупи» з базовою стравою, з розрахунку на 100 г: вміст білків збільшився – на 0,8 г, вміст жирів зменшився – на 1,8 г, вміст вуглеводів збільшився – на 1,1 г. Калорійність загалом зменшилась на 9,2 ккал. Загалом, значної зміна за макронутрієнтами та калорійності не відбулося.

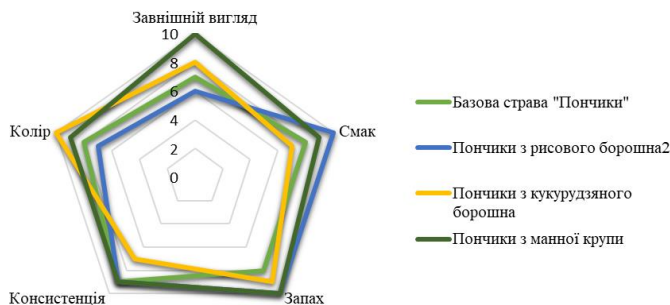


Рисунок – Профілограма органолептичної оцінки пончиків

За результатами органолептичних досліджень (рисунок), було встановлено, що запропоновані інноваційні борошняні вироби мають кращі органолептичні показники.

Висновки. Можна зробити висновок, що проведені удосконалення базової страви пончики актуальні для розширення асортименту борошняних кулінарних виробів та реалізації їх в спеціалізованих закладах ресторанного господарства.

27. Розроблення системи управління безпечністю на основі принципів НАССР виробництва панкейків у закладі ресторанного господарства

Юлія Шевчук, Наталія Ющенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Панкейки (англ. pancake) – це товстий пишний борошняний кондитерський виріб, який готується на сухій сковорідці або з невеликою кількістю олії. Виріб може використовуватись безпосередньо у закладах ресторанного господарства як самостійна солодка страва без або із різноманітним оздобленням, так і підлягати реалізації. Для того, щоб задовольнити потреби споживачів у якісних, смачних і корисних продуктах, а також забезпечити безпечність продукції, належним заходом є розробка на потужностях виробництва систем управління безпечністю на основі принципів НАССР.

Матеріали і методи. Аналітичні методи досліджень технологічної системи виробництва панкейків на основі процесного підходу PDCA та ризик-орієнтованого мислення.

Результати. Здійснено аналіз технологічного процесу та організації виробництва панкейків у закладі ресторанного господарства з подальшим використанням як напівфабрикату для виготовлення солодких страв, а також можливості реалізації як «страви із собою». Встановлено основні етапи виробництва: приймання сировини, приготування тіста, смаження, пакування, тимчасове зберігання.

Здійснено ідентифікацію та оцінку ризиків, що можуть виникнути на усіх етапах виробництва відповідно до загальних та спеціальних програм – передумов з урахуванням їх значимості (можливого рівня завданої шкоди, тяжкості наслідків) та вірогідності виникнення ймовірних небезпек. Оскільки виробництво вимагає переважно ручної праці, продукцію передбачено зберігати до реалізації, на основі проведених аналітичних досліджень під час виробництва панкейків було встановлено три критичні точки контролю (ККТ). Першою критичною точкою було встановлено з використанням алгоритму прийняття рішень санітарну обробку яєць. Оскільки до закладу на зберігання надходять необроблені яйця, то саме на цьому етапі виникає біологічний небезпечний чинник – наявність патогенної мікрофлори. Тому моніторинг режимів санітарної обробки яєць – температури, тривалості замочування, концентрації розчинів та кратності обробки є важливою складовою безпечності подальшого виробництва. Другою ККТ є смаження, тобто теплова обробка на етапі виробництва продукції, а третьою – проміжне зберігання до реалізації. На цих етапах потрібно контролювати: температуру смаження, температуру всередині виробу, щоб забезпечити мікробіологічну чистоту та запобігти утворенню канцерогенів; температурно-вологісні режими та тривалість проміжного зберігання. Також в усіх визначених ККТ встановлено небезпеку мікробіологічного забруднення за рахунок недотримання працівниками правил гігієни, що вимагає моніторинг обов'язкового носіння масок, наявності гумових рукавичок передбачає та частоти їхньої заміни. Решта виявлених небезпечних чинників буде забезпечуватися дотриманням програм-передумов.

Слід зазначити, при запровадженні системи на потужностях закладу ресторанного господарства до уваги можна прийняти меншу кількість ККТ, у даному випадку – смаження та дотримання працівниками правил гігієни, решту можна віднести до вимог програм-передумов, а за результатами валідації чи верифікації плану НАССР прийняти рішення про доцільність залучення додаткових точок контролю.

Висновки. Розроблена система управління безпечністю виробництва панкейків на основі принципів НАССР може бути рекомендована до запровадження у закладах ресторанного господарства та гарантувати безпечність продукції для споживачів.

28. Основні принципи при розробці системи НАССР для виробництва біфштексу із яловичини

Галина Мідлер, Людмила Мамченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. НАССР – головний інструмент для контролю безпеки харчування в закладах ресторанного господарства. Основним завданням системи є постійний аналіз небезпек і контроль всіх етапів приготування страв та процесів що відбуваються на підприємстві.

Матеріали та методи. Проведено аналіз законодавчих та нормативних актів України в сфері безпечності харчової продукції. Об'єкт дослідження – система НАССР в закладі ресторанного господарства.

Результати і обговорення. При розробці НАССР необхідно керуватись основними принципами, що допоможуть поетапно дослідити всі небезпечні фактори та впровадити ефективні коригувальні заходи.

Принцип 1. Аналіз небезпечних чинників – досліджено всі процеси, що відбуваються на підприємстві, та визначено, що небезпечні чинники можуть бути на будь-якому етапі виробництва.

Принцип 2. Встановлення критичних контрольних точок (ККТ). Визначивши всі небезпечні чинники, виявили, що більшість з них можна контролювати програмами-передумовами, та різними методиками, а для деяких потрібно встановлювати ККТ, а саме – етап смаження біфштексу, оскільки недотримання технологічних параметрів може призвести до отруєння людей.

Принцип 3. Встановлення критичних меж. До кожної ККТ необхідно встановити критичні межі, відхилення в будь-яку із сторін є недопустимим. Так при смаженні біфштексу критичною межею є час та температура смаження. Теплова обробка повинна бути не менше 5-7 хв з кожного боку, і не менше 160-180⁰ С.

Принцип 4. Встановлення процедури моніторингу – визначивши критичні межі, керівник групи НАССР призначає відповідальну особу, яка займає посаду кухаря гарячого цеху, чи шеф-кухаря, які будуть контролювати процеси, та вести відповідні записи в журнали.

Принцип 5. Розробка коригувальних дій – у випадку, якщо критичні межі були порушені, необхідно розробити процедури коригувальних дій. У випадку виробництва біфштексу із яловичини, що не відповідає вимогам, його необхідно правильно утилізувати, та зробити відповідний запис у бракеражному журналі готової продукції.

Принцип 6. Процедури верифікації. Після впровадження системи НАССР в закладі ресторанного господарства, робоча група не рідше 1 разу в рік проводить його верифікацію. Проводять лабораторні дослідження якості страв, мікробіологічних змивів з робочих поверхонь, результати калібрування обладнання, проводить перевірку ведення записів та роботу персоналу.

Принцип 7. Документування процедур та реєстрація даних. Всі етапи впровадження системи повинні бути детально описані та задокументовані, адже саме документація надає підтвердження фактичного функціонування системи НАССР. Таким чином, до переліку обов'язкової входять постійно діючі програми-передумови, план НАССР, блок-схеми виробничого процесу, журнали та форми.

Висновки. Після застосування всіх принципів НАССР та впровадження системи в закладі ресторанного господарства необхідно постійно проводити ефективний моніторинг, фіксувати всі коригувальні дії. Діюча система НАССР допомагає не тільки забезпечити виробництво більш безпечної продукції, але і поліпшити репутацію закладу, зменшити збитки підприємству, та збільшити доступ на ринки збуту.

29. Особливості обслуговування бенкету-фуршету

Ростислав Кузьменко, Людмила Дейниченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Заклади ресторанного господарства пропонують проведення бенкет-фуршетів, цей формат обслуговування став все більш популярним за декілька останніх років, бо дозволяє споживачам спілкуватися та смакувати різноманітні страви, не відходячи від столу.

Матеріали та методи. Проаналізовано веб-ресурси та літературні джерела з питань особливостей проведення та обслуговування бенкет-фуршетів у закладах ресторанного господарства.

Результати та обговорення. Історія бенкет-фуршету відома з давніх давен, коли організували різноманітні святкові заходи, де запрошували багатьох гостей. Але з початку ХХ століття появився саме бенкет-фуршет.

Бенкет-фуршет – це різновид бенкету, на якому гості споживають продукцію поряд із спеціальними фуршетними столами, або взявши страву, відходять в сторону. Час організації такого бенкету в межах 18:00–20:00 і тривалість 1,5–2 години [1].

На цей час бенкет-фуршет є найбільш оптимальним і одночасно найвигіднішим видом бенкету для ЗРГ. По-перше, дані бенкети знаходяться у рамках адекватної цінової політики, дешевші за всі види бенкетів за столом. По-друге, формат досить гнучкий і використовується для багатьох подій (весілля, культурні заходи, випускний, промо-кампанії та інші).

Також потрібно зазначити, що у даного виду бенкету є переваги, а саме: а) запрошені гості можуть покинути захід у будь-який собі зручний час в незалежності його закінчення; б) можливість на досить маленькій площі зали організувати обслуговування досить велику кількість запрошених гостей; в) відвідувачі можуть вільно пересуватися в залі та спілкуватися з гостями.

Але й наявні недоліки, які можуть бути під час організації бенкет-фуршету: поганий вибір та недостатнє планування місця проведення і недостатня кількість персоналу.

На фуршетних столах розміщують посуд з скла або кришталю, тарілки (закусочна та піріжкові) та прибори (закусочні), враховуючи особливості обслуговування. На стіл не прийнято ставити при сервіровці келих для шампанського, келих для пива та чарку для коньяку.

У меню повинні бути присутні наступні позиції: холодні страви і закуски (канапе, тарталетки), гаряча закуска (жюльєн), основні страви (1 вид – багатопорційна, 3 вида – однопорційна), десерти (морозиво, фрукти), гарячі напої, алкогольні напої підбираються під страви, а також безалкогольні напої.

Висновок. Отже, під час проведення бенкет-фуршетів необхідно дотримуватися деяких правил та рекомендацій щодо обслуговування гостей. Після нашої перемоги у даній війні буде доцільно організувати саме такий вид бенкету, як бенкет-фуршет, адже можна вмістити велику кількість людей. При правильному підході до організації бенкет-фуршету можна забезпечити комфортабельну та душевну атмосферу для гостей, щоб дана подія запам'яталася надовго.

Література.

1. Особливості бенкет-фуршету. URL: <https://studfile.net/preview/5194350/page:2/> (дата звернення: 06.03.2023).

30. Обґрунтування вибору сорту гарбуза для удосконалення технології суфле з м'яса птиці

Катерина Яремчук, Людмила Мамченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Гарбуз є традиційним компонентом української кухні. Високі смакові якості доповнюють його важливість як джерела пектину, каротину та комплексу мікроелементів. Використання рослинної сировини в технології суфле із м'яса птиці дозволяє отримати продукт сталої структури зі збалансованим складом біологічно активних речовин.

Матеріали і методи. Здійснено аналіз літературних джерел щодо перспектив використання гарбуза з метою підвищення харчової цінності страви.

Результати. Для дослідження було обрано три сорти гарбуза – мускатний, великоплідний і твердокорий та було встановлено хімічний склад кожного з них, зокрема вміст пектину та каротину [1].

Результати аналізу хімічного складу гарбузів різних видів наведено у таблиці.

Таблиця – Хімічний склад гарбузів різних сортів [1]

Характеристика	Великоплідний гарбуз(на 100 г продукту)	Мускатний гарбуз(на 100 г продукту)	Твердокорий гарбуз (на 100 г продукту)
Енергетична цінність	26 ккал	20 ккал	26 ккал
Вода	91,6 г	90,2 г	88,7 г
Білки	1 г	1 г	1 г
Жири	0,1 г	0,1 г	0,1 г
Вуглеводи	6,5 г	6,5 г	6,5 г
Клітковина	0,5 г	0,5 г	0,5 г
Вітаміни (%RDA*)	A (170), C (18), K (1), B2 (5), B3 (4), B6 (3), фолати (4)	A (122), C (18), K (15), B2 (5), B3 (4), B6 (3), фолати (4)	A (165), C (18), K (5), B2 (5), B3 (4), B6 (3), фолати (4)
Мінерали (%RDA)	калій (7), магній (4), залізо (4), мідь (5)	калій (12), магній (6), залізо (4), мідь (5)	калій (6), магній (7), залізо (5), мідь (7)
Каротин	1600 мкг	1700 мкг	1500 мкг
Пектин	0,5 г	0,3 г	0,2 г

*Рекомендована дієтична норма: середній добовий рівень споживання, достатній для задоволення потреб у поживних речовинах в країнах Європейського Союзу та США.

За результатами порівняльного аналізу встановлено, що великоплідний гарбуз містить більше пектину, що сприяє кращому з'єднанню інгредієнтів та забезпечує високу стійкість консистенції суфле. При цьому зазначений сорт посідає проміжну позицію за вмістом каротину. Мускатний гарбуз має найвищий вміст каротину, та достатню кількість пектину. Твердокорий гарбуз за комплексом характеристик є найменш перспективним для використання в технології суфле.

Автори усвідомлюють, що характеристики наведених сортів значною мірою залежать від умов вирощування гарбузів.

Висновок. Для використання в технології суфле з м'яса птиці найбільш прийнятними за сукупністю характеристик є великоплідний та мускатний гарбузи.

Література.

1. Остапчук О.М., Шумейко М.П. Хімічний склад та біологічна цінність плодів гарбуза залежно від виду. // Наукові праці Ужгородського університету. Серія Хімія. – 2016. – Вип. 38. – С. 147–152.

31. Технологічні аспекти виробництва дієтичного десерту

Анастасія Касьяненко, Володимир Польовик, Ірина Корецька
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нетрадиційна рослинна сировина містить велику кількість біологічно активних речовин, поліпшує технологічні, смакові та органолептичні показники готових виробів та страв. Її унікальний склад враховують при створенні функціональних, профілактично-лікувальних, дієтичних продуктів харчування.

Матеріали та методи. Метою дослідження було виявлення нових тенденцій, що впливають на розвиток технологій. Методи дослідження, що використовувалися під час проведення наукової роботи поєднують аналітичні методи моделювання, прогнозування, проведення експерименту та систематизацію результатів.

Результати та обговорення Розробка десертної збалансованої рецептури солодкої страви заснована на використанні ферментованого пюре з бульб топінамбуру, що містить природні біологічно-активні речовини.

Об'єктом досліджень є технологія виробництва солодких збивних страв збагаченою плодовою сировиною.

Топінамбур серед інших бульбоплодів вирізняється високим вмістом інуліну, який є резервним полісахаридом, що становить 75 % його вуглеводного комплексу. Він вважається ефективним засобом при лікуванні цукрового діабету, атеросклерозу, ожиріння та різних інтоксикацій [1].

Для збагачення страви харчовими волокнами, мінералами і поліфенолами, особливо дубильними речовинами, які є потужними антиоксидантами, частину яблучного пюре замінили на пюре з топінамбуру, а з метою зниження калорійності десерту була проведена заміна цукру на мальтодекстрин (DE–40).

До складу мальтодекстрину входить глюкоза, фруктоза, дисахарид мальтози і вищі цукру, не містить у своєму складі штучних або синтетичних речовин. Має підвищену солодкість, і меншу калорійність, ніж у цукру [2].

Слід відмітити технологічні властивості функціональних інгредієнтів. Так, при виготовленні самбуку, збивання десерту відбувалось значно швидше, на відміну від контрольного зразка. В готовому вигляді самбук мав ніжно помаранчевий колір, однорідну консистенцію, приємний смак і аромат.

Визначені параметро-технологічні режими приготування холодних десертів, що дозволять максимально зберегти нутрієнтний склад та нативні властивості обраної сировини.

Висновки. Технології спрямовані на використання продуктів переробки бульб топінамбуру та мальтодекстрину дають можливість отримати продукцію з вираженими функціонально-фізіологічними властивостями сьогодні актуальні і представляють науковий і практичний інтерес.

Література.

1. Гніцевич В.А., Васильєва О.О. Обґрунтування параметрів виробництва збивних десертів на основі напівфабрикату з топінамбура та кизилу. Наук. вісн. ПУЕТ. Серія: Технічні науки, 2015. № 1. С. 11–17.

2. Польовик В.В., Корецька І.Л., Березова Г.О., Кравчук Н.М. Використання солодких структуроутворювачів для покращання якості десерту. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія : Технічні науки. – Т. 30 (69), № 6. – 2019. – Ч. 2. – С. 126–132.

32. Сучасні напрями в технології приготування страв з сільськогосподарської птиці

Ольга Коваль, Володимир Шамрай

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним з основних факторів успіху сучасних технологій виробництва напівфабрикатів та страв з птиці є їх відповідність потребам споживачів щодо вартості, харчової цінності, можливості використання в різних стравах, застосування різних кулінарних стилів при приготуванні, що в свою чергу дозволяє збільшити попит та споживання цього типу м'ясної сировини.

Матеріали і методи. Проаналізовано літературні джерела щодо практичного використання маринадів рослинного, тваринного походження з метою підвищення харчової цінності, органолептичної оцінки страв з м'яса курей. Методи дослідження аналітичні, розрахункові, органолептичні маринадів, страв з птиці.

Результати та обговорення. Сучасний асортимент курячих м'ясних напівфабрикатів, які виготовляються вітчизняними м'ясними підприємствами, досить широко представлено, як традиційними виробами, так і новими розробками. Традиційним посолом для м'ясних виробів був посол сухими сумішами солі з подрібнених пряностей чорного, білого, червоного, духмяного перців з додаванням коріандру, мускатного горіху, кардамону, порошоків гірчиці, з сухою зеленню, часником тощо. Нові рецептури передбачають розсільні способи посолу з застосуванням штучних консервантів, барвників, ароматизаторів.

Перспективним напрямком в ресторанному господарстві з метою покращення якості, розширення асортименту виробів з птиці, є застосування екологічно безпечних технологій, що для забезпечення якості, стабільності технологічних характеристик передбачають застосування комбінації натуральних інгредієнтів, які не тільки додають смак, але й мають антибактеріальні властивості, що збільшує безпеку продукту.

З наукової та біологічної точки зору, маринування м'яса перед його приготуванням може мати ряд корисних ефектів. Наприклад, додавання томатного маринаду може допомогти знизити вміст харчового жиру та насичених жирних кислот у курячому м'ясі, що є корисним для здоров'я. Крім того, томатний маринад містить антиоксиданти, які допомагають знижувати вміст шкідливих речовин у м'ясі.

Кефірний маринад також може мати корисні ефекти. Кефір містить пробіотики, які можуть підтримувати здоров'я шлунково-кишкового тракту та зміцнювати імунну систему споживача. Крім того, кефір містить білок та кальцій, які підвищують харчову цінність страви, корисні для м'язів та кісток.

Сидровий маринад містить кислоти, які можуть допомагати зберігати м'ясо свіжим та запобігати розвитку бактерій. Крім того, сидр містить антиоксиданти, які можуть допомагати знижувати вміст шкідливих речовин у м'ясі та підтримувати здоров'я.

Висновок. Отже, використання різних видів маринаду для приготування м'яса може не тільки додати смаку та аромат, але і мати корисні ефекти для здоров'я. При виборі маринаду важливо брати до уваги не тільки смакові відчуття, але й його вплив на м'ясо з біологічної точки зору.

33. Перспективи використання нетрадиційних видів сировини в інноваційних технології кексів

Олександра Неміріч, Олена Павлюченко, Юлія Фурманова, Богдан Міщенко
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні інноваційні технології проникають у всі сфери діяльності людини, це стосується і ресторанного господарства. При виготовленні різноманітної продукції харчування, активно використовують нетрадиційні види сировини, численні поліпшувачі та різноманітні заміники. Тому, актуальним залишається питання раціонального і гармонійного поєднання компонентів рецептури з метою створення конкурентоспроможних виробів, в тому числі і функціонального призначення.

Матеріали і методи. Об'єктом дослідження є технологія борошняних кондитерських виробів, збагачених білком, зі зменшеним вмістом цукрів, зниженою калорійністю. Предметом дослідження є сировина для виготовлення кексів спеціального призначення.

Результати. Асортимент борошняних кондитерських виробів на ринку ресторанного господарства постійно розширюється. Поряд з класичною продукцією зростає попит споживачів на борошняні кондитерські вироби з нетрадиційної сировини, вироби зменшеної калорійності, зі збільшеним вмістом білка, макро-, мікроелементів, вітамінів, харчових волокон та зменшеним вмістом цукрів та жирів.

До сировини, яка має підвищену біологічну цінність належить амарантове борошно, яке є цінним харчовим рослинним продуктом. Аналіз літератури показує, що борошно насіння амаранту містить велику кількість білка, який добре збалансований за амінокислотним складом, у тому числі незамінних амінокислот: лізину, метіоніну, триптофану, які є регуляторами обмінних процесів в організмі. У 100 г амарантового борошна міститься близько 16 г білка, що на 6 г більше порівняно з пшеничним борошном. В складі жирів амарантового борошна – близько 50 % поліненасичених жирних кислот. Борошно амаранту є цінним джерелом мінерального та вітамінного комплексу. Борошно амарантове містить: залізо – 28,0 мг; кальцій – 96,0 мг; мідь – 2,4 мг; білки – 16,0 г; вуглеводи – 54,5 г; жири – 6,5 г; клітковина – 0,85 г; мінеральні речовини – 3,6 г; біологічна цінність – 70,8 г. Має високий вміст вітамінів: С, Е, В₁, В₂, В₉, РР, А, D, органічних кислот, стероїдів і фітостероїдів [1].

Серед широкого спектру цукрозамінників та підсолоджувачів у технології борошняних кондитерських виробів активно використовується порошок стевії. Він є натуральним цукрозамінником, менш калорійним (0 ккал) порівняно з цукром (401 ккал), з нульовим глікемічним індексом (цукор – 70), проте має вищу солодкість, солодший за цукор майже у 300 разів. Специфічна солодкість порошку стевії здатна доповнити органолептичну палітру традиційних виробів.

Висновки. Використання нетрадиційної сировини, зокрема амарантового борошна, та інноваційної технології виготовлення популярних борошняних кондитерських виробів дозволить не тільки розширити асортимент продукції, але і покращити їх харчову цінність, збільшити вміст білків, зменшити кількість вуглеводів. А включення до рецептури порошку стевії, дозволить зменшити калорійність продукту, вміст цукрів і глікемічний індекс готових виробів.

Література.

1. Таблиця калорійності. [Електронний ресурс] Режим доступу:
<https://www.tablycjakalorijnosti.com.ua>

34. Особливості та переваги бенкет-паті

Олена Павлюченко¹, Юлія Фурманова¹, Анатолій Кравченко¹,
Олександр Сабіров²

1 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

2 – Університет митної справи та фінансів, Дніпро, Україна

Вступ. Заклади ресторанного господарства пропонують споживачам різноманітний перелік послуг. Серед яких достатньо популярною є організація бенкетів, зокрема бенкетів-паті, які можуть бути прекрасною альтернативою звичайному застільлю.

Бенкет-паті надає замовнику можливості відсвяткувати визначну подію за спеціально розробленою програмою, в незвичайній атмосфері, у красиво і сучасно оформлених бенкетних залах, з різноманітним та неймовірно смачним меню.

Матеріали та методи. У роботі використано сукупність наукових методів та підходів: системний, структурно-функціональний, аналізу і синтезу, порівняння, метод логічного узагальнення. Досліджено особливості та переваги бенкетів-паті, охарактеризовано основні етапи їх організації.

Результати. Історія бенкетів розпочинається з давніх часів, коли люди почали збиратися та святкувати разом різні події. У Середньовіччі бенкети-паті були дуже поширеними поміж шляхти, королів та інших впливових осіб. Їх організували у залах палаців та замків. Вони, як і сьогодні, супроводжувались святковою музикою, розвагами та танцями.

Бенкет-паті (з англ. – зібрання, вечірка, неформальний прийом) – це урочистий захід, який належить до групи комбінованих бенкетів, на якому пропонуються різноманітні страви та напої та передбачається широкий перелік послуг з організації дозвілля, зокрема, танці, концертні програми, різні шоу, жива музика та велика кількість розваг.

Бенкет-паті може мати різноманітні тематичні спрямування, наприклад, це може бути корпоративна вечірка, ювілей, шкільний випускний та інші неофіційні події. Його організують у більшості випадків у вечірні години. Програма та тривалість проведення бенкету-паті залежить від тематики та побажань організаторів та учасників.

Особливими рисами бенкету-паті є те, що він носить неофіційний характер, що дозволяє гостеві відчувати себе невимушено, більш демократично, на відмінно від всіх інших видів бенкетів цієї групи. Гості не зобов'язані прибувати у точно наведений час.

Для організації бенкет-паті потрібно врахувати його особливості при плануванні, а саме: контингент відвідувачів (врахувати вік, склад аудиторії); місце проведення (має бути максимально комфортно гостям, достатня площа приміщень для обслуговування, правильно підібрані і розміщені меблі тощо); меню та карта напоїв (погоджуються безпосередньо із замовником. Враховується поєднання страв з напоями); розважальна програма (перелік та послідовність розваг, музичні номери, танці, шоу або виступи запрошених артистів); технічні засоби та безпека гостей.

Меню є важливою складовою при проведенні бенкет-паті. Головною перевагою є можливість замовнику вибрати і замовити меню на свій смак, врахувавши вподобання гостей. До складу меню бенкет-паті входить багато різноманітної продукції, починаючи з холодних закусок (канапе, тарталетки або валовани, фаршировані м'ясом, рибою, овочами), гарячими закусками (невеличкі котетки, сосиски) і закінчуючи десертами та напоями.

Висновок. Бенкет-паті – це велике святкування, яке відбувається за участі численних гостей, включаючи друзів, колег тощо. Це прекрасний варіант проведення урочистих та святкових подій в умовах закладів ресторанного господарства, який вимагає від виконавця вміння скласти програму заходу, меню, карту напоїв та чіткого планування на всіх стадіях організації та проведення.

35. Інноваційні підходи при організації бенкету-фуршету

Денис Фефелов, Людмила Мамченко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Бенкет-фуршет є демократичним заходом, який створює атмосферу для ефективної соціальної комунікації учасників, зокрема в рамках професійного нетворкінгу. Використання інноваційних підходів до його організації дозволяє ЗРГ забезпечити зростання власної конкурентоспроможності.

Матеріали та методи. В роботі проведено аналіз літературних та інтернет-джерел, використано сукупність наукових методів та підходів: системний, синтезу, порівняння, метод логічного узагальнення.

Результати. Розробка та впровадження інноваційних послуг при організації та проведенні бенкету-фуршету дозволяє в найкращий спосіб задовольнити різноманітні потреби сучасних вимогливих та досвідчених споживачів. На основі аналізу наявних трендів, в тому числі закордонного досвіду [1], пропонуються наступне.

Використання столів з інтерактивним екраном. Відповідна інновація дозволяє забезпечити найкращу презентацію меню (digital-menu), а також окремих страв та напоїв, особливості їх технології, історії та традицій вживання. Крім того інтерактивні екрани сприяють комунікації та можуть бути використані як засіб для подачі розважального контенту.

Кулінарні інновації. Використання нових та незвичайних страву меню, проведення гастро-шоу, дегустацій авторських страв від шефа, різноманітних напоїв та інших кулінарних експериментів.

Використання локальних продуктів у технології виробництва страв. Це дозволяє ЗРГ продемонструвати високий рівень соціальної відповідальності, підтримати місцевих виробників, зокрема дрібних, просувати високі стандарти з використання органічної сировини.

Впровадження технологій візуалізації дозволяє відвідувачам отримати більш реалістичне уявлення про страви, що запропоновані на бенкеті-фуршеті. Завантаження спеціального гостьового додатку на смартфон допоможе отримати вичерпну інформацію про програму бенкету як під час його проведення, так і по завершенню заходу.

Встановлення системи зворотного зв'язку. Дозволяє замовникам та гостям залишати відгуки та пропозиції, які можуть бути використані для поліпшення обслуговування.

Створення інтерактивних зон дозволяє забезпечити високий рівень активності гостей та їх інтересів (різноманітні конкурси, майстер-класи, шоу, тощо).

Світлові та звукові ефекти. Використання світлових та звукових ефектів, щоб створити настрій та атмосферу, наприклад, танцювальний зал із інтерактивною підлогою, фото-зона зі спеціальним освітленням та фоном для пам'ятного фото та інші.

Додаткові сервіси. Послуги фотографа, оренда одягу та аксесуарів, продаж пам'ятних сувенірів, напоїв тощо.

Висновки. Впровадження інновацій при організації та обслуговуванні бенкету-фуршету є важливою передумовою комерційного успіху ЗРГ, потребує від його працівників креативного підходу та розуміння того, що прагне гість.

Література.

1. Buffet Innovations. Culinary Crafts. URL: <https://www.culinarycrafts.com/gallery/buffet-innovations/> (дата звернення: 09.03.2023).

36. Печиво, збагачене лляним борошном для закладів ресторанного господарства

Олена Павлюченко, Марія Новаторська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним з очікуваних результатів реалізації державної політики щодо збереження здоров'я та продовження життя населення України є збільшення частки виробництва продуктів масового споживання, збагачених вітамінами та мінеральними речовинами, включаючи багато видів кондитерських виробів.

Матеріали і методи. Предметами дослідження було печиво «Цукрове» на основі пшеничного борошна першого сорту (контрольний зразок) та дослідні зразки із введенням у рецептуру лляного борошна (за рахунок пшеничного) у кількості 5, 10, 15 та 20 %. Використовували теоретичні та органолептичні методи досліджень.

Результати. Способи підвищення харчової цінності борошняних кондитерських виробів та зниження калорійності досить різноманітні. Найбільш раціональним з них є введення в рецептуру нетрадиційних натуральних компонентів рослинного походження, що містять значну кількість біологічно активних речовин, здатних підвищити якість продукції та її харчову цінність. Для розробки печива з покращеною харчовою і біологічною цінністю для закладів ресторанного господарства використовували лляне борошно (таблиця 1), яке відрізняється кращим нутрієнтним складом порівняно з пшеничним борошном та є легкодоступними на ринку.

Таблиця 1 – Вміст нутрієнтів у різних видах борошна

Нутрієнт	Вміст у 100 грамах	
	Пшеничне борошно	Лляне борошно ТМ «Смак життя»
Білки	10	36,0
Жири	0,9	9,0
Вуглеводи	74,0	10,0
Харчові волокна	4,0	36,0
Калорійність	327 ккал	270 ккал

Отже, за вмістом білків та жирів лляне борошно значно перевищує пшеничне борошно, в 3,6 та 10 разів відповідно. Крім того лляне борошно є концентрованим джерелом нерозчинних і розчинних харчових волокон, у 8 разів більше, порівняно з пшеничним борошном. В ході попередніх досліджень встановлено, що внесення лляного борошна у дослідні зразки печива «Цукрового» сприяє появі горіхового присмаку, з'являється відчуття ніжності та маслянистості при розжовуванні печива, яке пояснюється збільшенням концентрації жирів у готових виробках. Колір печива змінюється від яскраво-жовтого до жовто-коричневого, що пояснюється наявністю у лляному борошні великої кількості темнозбарвлених пігментів. Під час проведення дегустаційної оцінки дійшли висновку, що зразки печива з додаванням 10 і 15 % лляного борошна характеризується найкращими органолептичними показниками, вони отримали максимальні оцінки при дегустаційному аналізі, так як відрізнялися правильною формою, рівною гладкою поверхнею, пропечене з рівномірною пористістю, без пустот і слідів непромісу, жовто-коричневого кольору, вираженим горіховим присмаком та приємним ароматом.

Висновки. Отже, завдяки цінному хімічному складу лляне борошно є перспективною сировиною у виробництві печива з підвищеною харчовою та біологічною цінністю для закладів ресторанного господарства.

37. Розроблення системи управління безпечністю на основі принципів НАССР виробництва дістичних білих соусів у закладах ресторанного господарства

Максим Рибаченко, Ірина Корецька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Розробка системи моніторингу якості проводилась для білого соусу «Бешамель». Бешамель – це класичний соус французької кухні, який готується на основі борошна, молока і вершкового масла

Матеріали і методи. Визначення критичних контрольних точок та подальше розроблення коригувальних дій виконувалось за принципом «Дерева рішень» НАССР, та циклу Шухарта-Демінга (модель безперервного поліпшення процесів) PDCA (Plan-Do-Check-Act) [1, 2].

Результати. Якісно виготовлені соуси урізноманітнюють смак і зовнішній вигляд страви, роблять її соковитішою, що в свою чергу полегшує засвоєність.

Як і більшість соусів характеризується високим вмістом вологи, має велику кількість жиру, який при неправильному зберіганні окислюється, що призводить до втрати органолептичних показників якості, та може бути причиною харчового отруєння. Розроблення системи моніторингу виробництва удосконаленого соусу «Бешамель» забезпечить безпечність продукції, а також покращить його кінцеву якість.

Розроблено та проаналізовано технологічний процес виробництва соусу «Бешамель». Проведено ідентифікацію та оцінку ризиків, які виникають на усіх етапах виробництва продукту відповідно до програм-передумов з урахуванням їх пріоритетності та вірогідності виникнення умовних небезпек. На основі результатів аналізу ідентифіковано критичні контрольні точки (ККТ).

Для покращення хімічного складу окрім звичайного пшеничного борошна додавалось сочевичне. Соус вважається висококалорійним, завдяки додаванню в класичну рецептуру сочевичного борошна можемо стверджувати про підвищений вміст білків та клітковини.

Продукт можна вважати якісним та корисним для споживання за рахунок забезпечення безпечності та стабільної якості, чого можливо досягти впровадженням у виробництво системи моніторингу безпечності і якості НАССР. Решта виявлених небезпек будуть запобігатись за рахунок програм-передумов [3].

Висновки. При розробленні плану управління безпечністю соусу «Бешамель», було встановлено 5 критичних контрольних точок, які стосуються етапів виробництва продукції, зберігання сировини та готового продукту, а також дотримання робочим персоналом встановлених правил особистої гігієни та карантинних вимог.

Література.

1. ДСТУ ISO/TS 22002-2:2019 Програми-передумови безпечності харчових продуктів. Частина 2. Громадське харчування (ISO/TS 22002-2:2013, IDT), чинний від 01.12.2019 р. Київ : Держстандарт України, 2019. – 51 с. – (Національний стандарт України). Дата звернення 26.02.2023

2. ДСТУ ISO 22000:2019 Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації в харчовому ланцюзі (ISO 22000:2018, IDT), чинний від 01.12.2019 р. Київ : Держстандарт України, 2019. – 81 с. – (Національний стандарт України).

3. Дерево прийняття рішень. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yu.mk.ua/news/show/derzhprodspozhivsluzhba>. Дата звернення 26.02.2023

38. Використанням рослинної сировини в технології м'ясних січених страв

Олександра Бондаренко, Ірина Корецька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Харчування суттєво впливає на стан здоров'я, працездатність та тривалість життя людини. Популярність закладу визначає меню

Матеріали і методи. В роботі проведено аналітичні дослідження меню закладів ресторанного господарства. Достовірність результатів досліджень та статистичну обробку окремих показників проведено за допомогою програми LibreOfficeCal.

Результати. В основі кожної національної кухні лежать два головних фактори: набір вихідних продуктів і спосіб їх обробки, які тісно взаємопов'язані між собою. Національна кухня створюється національною спільністю людей, спільністю властивих їм особливостей смакових сприймань. Ресторани національної кухні пропонують різноманітні кулінарні страви, створені за традиційними рецептами або авторські страви шеф-кухарів певної країни. За останніми дослідженнями [1,2] 85% споживачів вибирають страви в етнічних ресторанах. Структура ринку ресторанного господарства України представлені на рис. 1.

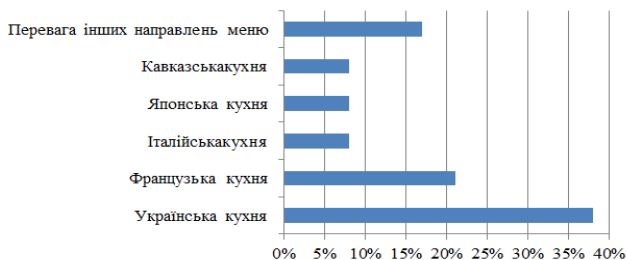


Рисунок 1 – Структура етнічних закладів ресторанного господарства України

Все більша кількість споживачів обирає заклади ресторанного господарства з італійською кухнею, адже вона найбільш тиражована та найбільш популярна у світі. Успішна діяльність і міцність позицій ресторанів італійської кухні на ринку України потребують необхідності постійного удосконалення існуючої продукції, оскільки конкуренція обумовлює необхідність підвищення якісних характеристик продукції підприємства та сфери ресторанного господарства.

Висновки. Одним з пріоритетних напрямів харчової технології XXI століття є виробництво м'ясних страв та продуктів з високою харчовою і біологічною цінністю. З огляду на це, вже чимало років науковці харчової промисловості намагаються розробити вдосконалені рецептури м'ясних страв, зокрема, підвищити їх харчову цінність, щоб людина отримувала разом із стравою весь необхідний організму комплекс поживних речовин. В ході дослідження були представлені деякі конкретні наукові розробки вітчизняних та зарубіжних фахівців.

Література.

1. Рекламно-інформаційний портал «Ресторанний гід» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://restorangid.com.ua>
2. Ресторани в Києві. Tripadvisor. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL:https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g294474_Kyiv_Kiev.html
3. Італійські ресторани м. Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-c26-Kyiv_Kiev.html

39. Формування концепції персоналізованого харчування у перспективах розвитку аюрведичної кухні

Микита Бобін, Наталія Фролова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У древній аюрведичній науці є спеціальний розділ – дієтологія, де описується складання персоналізованого харчування для різних типів конституцій на базі довготривалих, перевірених та уточнених аюрведичних знань.

На відміну від сучасних систем харчування Аюрведа завжди мала індивідуальний підхід до харчування. Насправді, немає такої речі, як «аюрведична дієта», існує методологія структуривання раціонів відповідно до індивідуальних метаболічних функцій людини [1].

Матеріали і методи. Аналітичні методи досліджень з аюрведичної кулінарії для західних країн [2].

Результати. Нами зібрано та систематизовано інформацію щодо рекомендацій використання продуктів харчування при складання персоналізованих раціонів та меню для людей конституції Вата-доша, Пітта-доша, Капха-Доша.

Чи не єдиним способом зниження ефекту Вата є персоналізоване харчування. З усіх зернових культур для цієї доші найбільше підходить приготована пшениця. Корисні добре проварені овес і рис. Люди конституції Вата-доша переносять більшість овочів. Однак не слід основу раціону складати тільки з овочів. Такий раціон буде занадто легким. Корисні стиглі банани. При споживанні в розумних межах запобігають запорам, і мають заспокійливу дію на травну систему. Зелені банани мають в'язучий смак, що посилює ефект Вата.

Насіння і горіхи підходять для персоналізованого харчування людей конституції Вата-доша. Рекомендується злегка обсмажувати і підсолювати, ретельно пережовувати. Також добре додавати їх в салати.

До продуктів персоналізованого харчування людей конституції Пітта-доша можна віднести солодкі, гіркі або в'язкі продукти, за винятком меду і чорної патоки (меляси), в помірних кількостях молочні продукти, такі як нежирне молоко, вершкове масло і дхі, злаки пшениця, рис, ячмінь і овес варений.

У харчовому раціоні людей Пітта-доша слід обмежувати споживання продуктів з гарячими і маслянистими властивостями, пряні (гострі), кислі, солоні за смаками, що підвищують ефект Пітта.

Основні властивості Капхи це вологість і холод. Це означає, що у розробці персоналізованого харчування необхідно вибирати продукти з протилежними властивостями – сухі і теплі. Слід враховувати вплив смаків. Збільшує ефект Капха солодкий смак і, в меншій мірі, кислий і солоний. Знижують ефект Капха – пекучий (гострий), терпкий і гіркий смаки. Отже, основна рекомендація для людей з конституцією Капха – це постійне дотримання персоналізованого харчування, за яким знижується ефект Капха і одночасно підвищується ефекти Вата і Пітта.

Реалізація означеної концепції сприятиме організації здорового харчування людей різних конституцій за аюрведичними приписами, а також забезпечити сучасний ринок продукцією здорового харчування.

Література.

1. Хелперн, М. Уроки по дорозі аюрведи / М. Халперн. – Москва: Саттва, 2017. –256 с.
2. Морнінгстар А. Аюрведична кулінарія для західних країн. / А. Морнінгстар: пров. з англ. – М.: "Святослав", – 2005. – 379 с.

40. Розробка системи моніторингу безпечності виробництва фруктового зефіру в аюрведичному кафе

Людмила Вишневська, Наталія Фролова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Застосування системи моніторингу безпечності виробництва зефіру дозволить гарантувати якість та безпечність продукту від стадії приймання сировини до моменту споживання, а це, в свою чергу, стане підґрунтям для споживачів довіряти виробникові та рекомендувати продукцію.

Матеріали та методи. Аналітичні методи дослідження технології виробництва фруктового зефіру у закладі ресторанного господарства та оцінка безпечності на основі алгоритму «дерева прийняття рішень».

Результати. Зефір – різновид кондитерських виробів, що отримують збиванням фруктово-ягідного пюре з цукром і яєчним білком, з наступним додаванням драглетуворювачів: пектину, агарового сиропу, желатинової маси тощо. Продукт характеризується досить високою вологістю 16...20 %, що може стати причиною харчових отруєнь та інфекцій. Саме тому важливим є розробка та запровадження дієвої системи моніторингу виробництва на основі принципів HACCP.

У ході розробки було здійснено аналіз технологічного процесу та організацію виробництва фруктового зефіру, ідентифіковано та оцінено ризики, що можуть виникнути на кожному з етапів, враховано значимість та ймовірність виникнення, здійснено аналіз виробництва та сформульовано відповідні загальні та спеціальні програми-передумови.

За результатами було визначено три критичні контрольні точки (ККТ) виробництва, зумовлені біологічними небезпеками. Перша ККТ виявлена на етапі проміжного зберігання сировини, зумовлюється небезпекою мікробіологічного псування харчової сировини і потребує моніторингу показників температури та відносної вологості відповідних приміщень. Друга ККТ ідентифікована на етапі підсушування половинок зефіру, тому коригувальні дії також передбачають контроль за температурою та вологістю. Третя ККТ визначена на етапі тимчасового зберігання продукції у випадку порушення умов зберігання готової продукції та коригується безперервним контролем вологості та температури у складському приміщенні.

У визначених точках контролю виробництва враховується небезпека, викликана ризиком біологічної небезпеки, пов'язаної з недотриманням особистої гігієни персоналу та коригується температурним скринінгом, моніторингом наявності та періодичності заміни спецодягу, масок та гумових рукавичок.

Решта виявлених небезпек, будуть компенсовані за рахунок процедур програм-передумов.

Висновки. Розробка та виконання умов системи моніторингу безпечності на основі принципів HACCP важливі для сучасного виробництва, оскільки вони гарантують споживачеві безпечність продукції, а для виробника сприяють підвищенню економічної ефективності виробництва за рахунок зменшення втрат за при встановленні безпечності чи псуванні продукції, а також розширення кола потенційних споживачів.

Література.

1. Димань Т. М. Безпека продовольчої сировини і харчових продуктів: підручник /Т.М. Димань, Т.Г. Мазур. – Київ : Академія, 2011. – 520 с.
2. ДБН В.2.2–25: 2009 «Підприємства харчування (Заклади ресторанного господарства)».

41. Розробка системи моніторингу безпеки виробництва узвару з додаванням апельсинової цедри та кориці у закладі аюрведичної кухні

Юлія Ворона, Наталія Фролова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В наш час індустрія безалкогольних напоїв розвивається найбільш динамічно, ніж будь коли. Постійно розширюється асортимент за рахунок напоїв, що виготовлені із натуральної сировини, які володіють не тільки приємними смаковими властивостями, але й несуть у собі користь для споживача. Великим попитом серед безалкогольних напоїв користуються узвари, які характеризуються високими споживчими властивостями і можуть використовуватися в здоровому харчуванні [1].

Матеріали і методи. Аналітичні методи досліджень технологічної системи в на основі процесного підходу PDCA (Плануй-Виконуй-Перевірй-Дій) та ризик-орієнтованого мислення [2].

Результати. Узвар з додаванням апельсинової цедри та кориці характеризується високими споживчими властивостями, є джерелом вітамінів, та мінеральних речовин, інших біологічно активних речовин. Узвар рекомендовано для включення до раціонів харчування усіх верств населення, у тому числі дітям та людям похилого віку.

Технологічний процес має ряд технологічних операцій, що передбачають ручну працю, з необхідністю ретельного контролю щодо безпеки виробничого процесу з запровадженням моніторингу виробництва на основі принципів HACCP.

Здійснено ідентифікацію та оцінку ризиків, що можуть виникнути на всіх етапах виробництва відповідно до загальних та спеціальних програм – передумов [2] з урахуванням їх значимості (можливого рівня завданої шкоди, тяжкості наслідків) та вірогідності виникнення ймовірних небезпек. На основі результатів аналітичних досліджень визначено критичні контрольні точки (ККТ) під час виробництва узвару з додаванням апельсинової цедри та кориці.

Перша ККТ – на етапі процесу проміжного зберігання продукції біологічні ризики з небезпекою розвитку залишкової мікрофлори та хімічні – небезпека накопичення мікотоксинів внаслідок розвитку пліснявих грибів.

Друга ККТ – на етапі теплового оброблення суміші для узвару з ризиком зростання мікрофлори продукції;

Третя ККТ – при охолодженні з ризиком мікробіологічного забруднення при недотриманні правил гігієни персоналом, а четверта – на етапі проміжного зберігання, пов'язану із ризиком розвитку залишкової мікрофлори.

Запропоновано моніторинг технологічних параметрів – температури та тривалості процесу під час виробництва та тимчасового зберігання напою, а також дотримання правил гігієни працівників (наявність та частота заміни масок та гумових рукавичок). Всі інші виявлені небезпеки будуть відшкодовані за рахунок процедур програм-передумов.

Висновки. Розроблені елементи системи моніторингу безпеки виробництва узвару з додаванням апельсинової цедри та кориці що є джерелом комплексу мікронутрієнтів та виробництво якого не залежить від сезонності плодово-ягідної сировини.

Література.

1. Димань Т. М. Безпека продовольчої сировини і харчових продуктів: підручник /Т.М. Димань, Т.Г. Мазур. – Київ : Академія, 2011. – 520 с.
2. ДСТУ ISO 22000:2019 Системи управління безпекою харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації в харчовому ланцюзі (ISO 22000:2018, IDT).

42. Дослідження сучасних технологій та інновацій виробництва чізкейків

Дар'я Селезньова, Олександра Неміріч, Олег Кузьмін

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Асортимент десертів вражає своєю різноманітністю. Від класичних рецептур до авторських – всі вони мають певні недоліки: великий вміст жирів та вуглеводів, малу кількість білків, харчових волокон та БАР.

Матеріали і методи. Для дослідження інноваційних технологій чізкейків застосовано аналітичний метод пошуку інформації.

Результати. У ході проведення дослідження з'ясовано, що поширеними методами вдосконалення десертів є зміна рецептурного складу та зміна технології виробництва з метою продовження терміну придатності.

Так як чізкейк – дуже популярний десерт у всьому світі, тому є достатньо його різновидів. Багато країн змінили рецептурний склад цього десерту згідно власних традицій. Тож, асортимент даного виду продукції – широкий. Варто зазначити, що досліджень на тему технології чізкейків проведено мало.

До подібних досліджень слід віднести дослідження можливостей використання йогурту Kalaba (турецького локального крем-йогурту) у виробництві чізкейків. Результати фізико-хімічного, текстурного та сенсорного аналізу чізкейків, вироблених з йогуртом Kalaba, показали, що даний вид сировини може бути альтернативним молочним продуктом для виробництва чізкейків [1].

Схожа зміна рецептури була здійснена в Ісландії. Для приготування освітленого чізкейку використовують знежирений або нежирний Skug [2]. Таким чином дану продукцію роблять локальною і розширюють асортимент за видом сировини.

Одним з останніх досліджень було проведення оцінки впливу заморожування при -20°C та -70°C та додавання різних гідроколідів у молочні десерти, схожі на чізкейк, на їх фізико-хімічні та сенсорні характеристики. Як висновок, кращою технологією виявлено заморожування в ультрафрізері, оскільки воно не викликає змін у структурі та вигляді чізкейку. Додавання гідроколідів не принесло користі [3].

Зовсім нещодавно було запатентовано методи і системи гармонійної гомогенізації смакових та ароматичних порошоків в технології чізкейків. Описаний метод гармонійної гомогенізації різних порошоків у технології чізкейків використовується для чізкейків, що випікаються.

Висновки. З огляду на вищевикладену інформацію, виявлено, що дослідження технології чізкейків тільки набирають популярності. З'ясовано, що розширення асортименту відбувається за рахунок використання локальних продуктів молочної промисловості, але не знайдено технології чізкейків холодного способу приготування для спеціальних груп населення, зокрема для людей, що мають непереносимість лактози і таку хворобу, як целиакія.

Література.

1. Özer E.D., Esen M.K., İcigen M., Özer C.O. Investigation of usage possibilities of Kalaba Yoghurt (local cream yoghurt) in cheesecake production. International Journal of Gastronomy and Food Science. 25. 2021. 100376.

2. Krieger E. This one-bowl cheesecake is light as a cloud and easy enough for a weeknight. Washington Post. 25 Mar. 2021, p. NA. Gale Academic OneFile.

3. Da Silva A.P.A. Efeito do congelamento e de hidrocoloides sobre as características de sobremesa láctea tipo cheesecake. 2021. 75 f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2021.

43. Принцип кольорового кодування при впровадженні системи НАССР у закладах ресторанного господарства

Викторія Винник, Ольга Дяченко, Олег Кузьмін, Богдан Михайлов
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. НАССР – це система аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок. В основі системи лежить глибокий аналіз, виявлення та усунення всіх можливих факторів ризику, а також встановлення контролю на всіх важливих етапах приготування страв, зводячи до мінімуму існуючу небезпеку. Система була розроблена з метою аналізу і контролю біологічних, хімічних і фізичних ризиків на всіх етапах: утворення сировини, її закупівлі, обробці, стадії виробництва і розподілу кінцевого продукту.

Актуальність теми. Засобом якості та безпечності харчових продуктів є кольорове кодування, яке було розроблене British Institute of Cleaning Science, яке застосовується для мінімізації ризиків біологічного, хімічного і фізичного походження при перехресному забрудненні [1].

Мета роботи: розроблення плану заходів у закладах ресторанного господарства (ЗРГ) для кольорового кодування за принципами системи НАССР.

Матеріали та методи. Кольорове кодування за методом очищення у ЗРГ, що передбачає відокремлення різних типів зон за кольором, які необхідно прибрати і очистити: гігієнічні кімнати, виробничі приміщення, торгівельні зони тощо.

Результати. Система кольорового кодування легко впроваджується у ЗРГ і має безліч переваг для поліпшення гігієнічних умов у рамках програм-передумов НАССР. Застосування професійного інвентарю різних кольорів мінімізує ризик перехресного забруднення в ЗРГ, покращує безпечність сировини, напівфабрикатів, харчової продукції.

Під час планування та організації прибирання виробничі приміщення ЗРГ розподіляють на кольорові зони. Прибиральний інвентар, який використовується для прибирання цих зон, також маркується, зважаючи на системи кольорового кодування. Немає жорстких правил про те, які кольори використовувати на конкретній ділянці підприємства, але, втім, деякі кольори вже стали стандартними й застосовуються всіма однаково. Наприклад, зелений колір використовується у виробничих приміщеннях, червоний – для санвузлів, синій – для гостьової зони, жовтий – для службово-побутових приміщень.

Принципи кольорового кодування прибирального процесу ЗРГ засновані на тому, що інвентар підбирається у колір вже позначеної кольорової зони. Колір також можна використовувати і в одязі персоналу: халатах, сітках для волосся, фартухах тощо. Отже, можна відразу визначити співробітника будь-якого з підрозділу/ділянки. Окрім цього, за принципом кольорового кодування можна виділяти, наприклад, посуд, прилади.

Висновки. Застосування різних кольорів приміщень, інвентарю, одягу персоналу у ЗРГ знижує ризик перехресного забруднення, забезпечує безпечність страв та захищає репутацію ресторанного бізнесу.

Література.

1. Стукальська Н.М., Кузьмін О.В., Богачук Н.І. Кольорове кодування у закладах ресторанного господарства згідно принципів НАССР // The 13th International scientific and practical conference “Modern directions of scientific research development” (June 15-17, 2022) VoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. pp. 337-341.

44. Використання «рослинного молока» у технології ресторанної продукції

Ігор Дударєв^{1,2}, Олег Кузьмін²

1 – Луцький національний технічний університет, Луцьк, Україна

2 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогодні споживачі закладів ресторанного господарства (ЗРГ) все частіше звертають увагу на страви, що містять потенційно корисні для здоров'я сполуки. Поширення серед населення більшості країн здорового способу життя із відповідним харчуванням передбачає створення страв, які мають знижену калорійність, низький рівень холестерину та збагачені харчовими добавками натурального походження.

Актуальність теми. Дуже затребуваними є страви із рослинної сировини, які мають високу поживну цінність, містять велику кількість макро- і мікроелементів, вітамінів та доступну вартість, на заміну стравам із продуктів тваринного походження, особливо для споживачів, які мають харчові алергії. Алергія на молочні продукти, що викликаються білками у молоці, або непереносимістю лактози є дуже розповсюдженими, тому розроблення страв із аналогів молочних продуктів з рослинної сировини, які імітують смак, консистенцію та фізико-хімічні властивості молочних продуктів є актуальним.

Мета роботи: визначення перспективності використання «рослинного молока» у технології ресторанної продукції.

Матеріали та методи. Проведено аналіз літературних джерел щодо перспективності використання «рослинного молока» у ЗРГ.

Результати. Напої з рослинної сировини є низькокалорійними, не містять холестерину, лактози, крохмалю, гормонів та антибіотиків у порівнянні з тваринним молоком. Відомі різні види «рослинного молока», наприклад соєве, квасолеве, горіхове, мигдалеве, арахісове, вівсяне, рисове, конопляне, кокосове, какао.

Вівсяний напій, що у світі отримав назву «вівсяне молоко», займає одну із лідируючих позицій у світі серед різноманітних «рослинних молочних продуктів». Це обумовлено тим, що «вівсяне молоко» має корисні нутрієнти для організму людини і все більше знаходить застосування у ЗРГ при виробництві інноваційних страв.

«Вівсяне молоко» містить корисні макро- та мікроелементи: кальцій, магній, натрій, залізо, марганець, мідь та ін. У ньому містяться вітаміни групи В, вітамін Е та Н. Регулярне вживання «вівсяного молока» приносить користь організму: нормалізує рівень цукру та холестерину у крові; позитивно впливає на стан шкіри та волосся; прискорює обмінні процеси в організмі; покращує роботу шлунково-кишкового тракту; добре тонізує; допомагає за фізичної втоми; позитивно впливає на роботу мозку. Разом із тим, «вівсяне молоко» може містити глютен, що протипоказаний для людей, які страждають на аутоімунну хворобу – целиацію, внаслідок постійної непереносимості клейковини.

У ЗРГ «вівсяне молоко» можна використовувати для приготування десертів, коктейлів, печива, морозива, пудингів, млинців, соусів [1] та додавати у каву. За смаком «вівсяне молоко» нагадує соєве, при цьому має більш борошняний післясмак.

Висновки. Застосування «рослинного молока» дозволить удосконалити існуючі або впроваджувати інноваційні технології для розроблення страв для ЗРГ.

Література.

1. Дударєв І.М., Кузьмін О.В. Стратегії удосконалення майонезного соусу. Товарознавчий вісник. 2022. № 15(2). С. 5-21.

45. Оцінка якості електронних, паперових меню закладів ресторанного господарства

Віктор Гуць¹, Ольга Коваль²

1 – Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

2 – Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Успіх закладів ресторанного господарства визначається якістю страв, швидкістю, якістю обслуговування, важливим є вміння створити професійне сучасне електронне меню. Адже меню – це візитна картка ресторану і спосіб реклами закладу.

Результати. Для оцінки якості електронного меню для закладу ресторанного господарства розроблена схема оцінки якості меню, комп'ютерна програма для визначення оцінки показників меню закладів ресторанного господарства. Схема послідовності оцінки меню складається з 5 кроків:

1. Вибір базових показників властивостей меню;
2. Визначення оцінки кожного з обраних базових показників меню;
3. Вибір методу зведення оцінок окремих базових показників властивостей меню;
4. Розрахунок оцінки базових показників властивостей меню;
5. Аналіз результатів оцінювання.

До базових характеристик властивостей меню можна віднести: відповідність концепції закладу, відповідність рівню закладу, професіональність і грамотність підбору блюд, оформлення фото та тексту страв, іформативність, підбір кольору, підбір шрифтів (не менше двох), варіабельність меню, (декілька варіантів меню: звичайне, бенкетне, десертне, винне, дитяче), можливість швидкого перетворення меню на інші види залежно від потреби (вільного вибору, денного раціону, комплексних обідів), можливість швидкого представлення на декількох іноземних мовах, визначення калорійності, алергенів, харчової цінності дорослої, дитячої порції.

Група експертів за методикою комп'ютерної оцінки стану багатофакторної системи визначає базові характеристики властивостей меню достатні для аналізу якості різних її видів за показниками системи У1; У2; У3; ... Уп. Для бального оцінювання загальної якості базових характеристик меню експерти обирають відповідну систему. Це може бути 5-ти, 9-ти, 100 бальна система. Оцінюють обрані базові характеристики якості представлених паперових, електронних варіантів меню, визначають показники умовно ідеального (бажаного) меню. Для умовно-ідеального меню всі значення У1; У2; У3; ... Уп характеристики якості дорівнюють максимальній бальній оцінці. Для паперового та електронного меню вони можуть бути менші за максимальну оцінку, або дорівнювати їй. Отримані характеристики якості всіх дослідних і ідеального зразків вносять в розроблену таблицю оцінки загальної якості меню. За отриманими величинами, внесеними в таблицю, креслять пелюсткові діаграми оцінки якості всіх зразків, програма обчислює величини площ діаграм якості, визначає співвідношення площ отриманих показників якості кожного меню до ідеального. Для візуального аналізу результатів дослідів будують графіки-гістограми площ отриманих пелюсткових діаграм, співвідношення площ оцінюваних варіантів меню до ідеального варіанту.

Висновки. Представлена схема оцінки та комп'ютерна програма дає можливість зробити порівняльний аналіз загального показника якості різних видів паперових, електронних меню між собою та з умовно-ідеальним.

46. Актуальність розробки чізкейку вегетаріанського

Вікторія Кубрякова, Ольга Коваль

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вегетаріанство – спосіб життя, що передбачає відмову від споживання страв з м'яса свійських тварин, птиці, риби, молочних продуктів, іноді меду. Цей режим харчування поступово набирає великої популярності у всьому світі за різних причин від відмови до несприйняття сировини тваринного походження.

Матеріали та методи. Матеріалом для дослідження є вивчення потреби у створенні страв вегетаріанського спрямування та спеціальних страв для споживачів з алергічними реакціями на тваринну сировину як таку. Для проведення дослідження були використані аналітичні методи порівняння, узагальнення.

Результати. В закладах ресторанного господарства особливе місце займають кондитерські вироби, адже мають стабільний попит серед споживачів. Особливою популярністю користуються чізкейки. Класичний чізкейк має у своєму складі тваринну сировину, зокрема це сир кисломолочний, яйця, тваринні жири тощо.

Сьогодні досить поширена лактозна непереносимість (або лактозна недостатність) – стан, коли організм не може вільно перетравлювати лактозу (лат. lactis – молоко) також молочний цукор, що міститься у молоці та молочних продуктах. В результаті застосування молочних продуктів погіршується як загальне самопочуття, так і стан мікрофлори кишечника, адже організм сприймає лактозу як чужорідного агента. Деякі споживачі кондитерських виробів, особливо це стосується дітей, мають алергічні реакції на курячі яйця, тобто виникає алергія у вигляді реакції на деякі види протеїнів, що містяться у яйцях. Алергія на яйця є однією з найпоширеніших у маленьких дітей. У деяких спостерігаються сильні реакції навіть при дуже невеликій кількості яєць в їжі, в інших настає лише легке нездужання. А у разі збільшення кількості спожитих курячих яєць відбуваються відчутні алергічні реакції організму.

В наш час поширена також целиакія-непереносимість білка глютену, що міститься в певних злаках. До таких злаків відноситься: пшениця, жито, ячмінь та вироби з них. Будь-яка їжа, яка містить глютен, провокує реакції з боку кишечника з розвитком запального процесу в подальшому.

Таким чином цілком актуальною є потреба в розширенні асортименту кондитерських популярних страв з залученням неалергенної сировини, яка повинна бути ретельно підібрана за складом, властивостями, технологією оброблення.

Має бути розглянута заміна молочної сировини на молоко та молочні продукти рослинного походження з соєвого, кокосового молока або з горіхів з додаванням крохмалю. Для вегетаріанського замітника яєць багатого білком, можна обрати тофу, який ще називають м'яким. Також заміна можлива яблучним, банановим, гарбузовим пюре або пюре з ягід. Безглютенові види борошна виробляють з різних злаків, бобових, горіхів. Найпопулярнішими на вітчизняному ринку є: вівсяне, льняне, амарантове, кукурудзяне, рисове, гречане, мигдальне, нутове, пшоняне, а також різні суміші борошна. Жири тваринного походження слід замінити на рослинні, зокрема масло какао, кокосове, горіхів.

Висновки. Актуальним є створення чізкейку вегетаріанського з безглютеновою основою. Питання розробки технологій кондитерських виробів спеціального призначення є доцільним для закладів ресторанного господарства.

47. Кавові напої, коктейлі, смузі

Ольга Коваль, Назар Кліщ

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні кава без перебільшення найпопулярніший напій у світі. Вона має складний хімічний склад, приблизно дві тисячі хімічних речовин, що в сукупності і визначають її аромат і смак. Метою нашого дослідження є розробка напоїв покращеної харчової цінності на основі заварної кави з подрібнених кавових зерен.

Матеріали і методи. Матеріалом для дослідження є кавові зерна, кавові напої. Методи дослідження: аналіз, порівняння, узагальнення.

Результати. Сьогодні існує достатньо багато різних видів кавових напоїв, проте в основному готують їх з арабіки і робусти. Для першого сорту характерний м'який смак із легким відтінком шоколаду. Робуста гіркіша на смак, оскільки в ній міститься великий процент кофеїну. Часто виробники змішують обидва сорти в різних пропорціях, від чого змінюється смак напою. Пропорції сортів обов'язково вказують на упаковці. У складі кави міститься приблизно 30 різних органічних кислот і майже 200 ароматичних речовин, які формують її смак. Кількість кофеїну може бути різною і визначається залежно від сорту зерен кави, виду напою. Для прикладу, середня кількість кофеїну в чашці: drip coffee – 115-175 мг; еспресо – 120 мг; заварна кава – 80-135 мг; розчинна кава – 65-100 мг; заварна без кофеїну – 3-4 мг; розчинна без кофеїну – 2-3 мг. Цей популярний ароматний напій багатий вітамінами В₁, В₂, РР, макроелементи калій, кальцій, магній, натрій, фосфор, мікроелемент залізо. Калорійність кави без будь-яких додатків складає 1-2 ккал на чашку залежно від сорту.

Для збільшення харчової цінності, покращення смаку кавового напою до кави додають збиті вершки (100 г) – 77 ккал; карамель – 25 ккал; пакетик цукру – 15 ккал; ароматизовані вершки (1 ст. л.) – 15-35 ккал; незбиране молоко (1 ст. л.) – від 18 ккал залежно від жирності продукту; знежирене молоко (1 ст. л.) – 11 ккал; алкоголь – 15-45 ккал. На вибір напою у багатьох людей впливає швидкість приготування, смак, склад. Більшість вважають, що в розчинній каві менша кількість кофеїну, ніж у заварному напої. Але, по результатам дослідження різниця не настільки суттєва. Важливо, що кофеїн, отриманий після споживання зернового продукту, виводиться з організму упродовж декількох годин, а після вживання розчинного – приблизно 10 годин. Виходячи з цього, навіть одна-дві чашки напою швидкого приготування з розчинної кави можуть призвести до передозування кофеїном і негативно вплинути на здоров'я. Щоб зменшити вміст цієї рідини в натуральній каві, достатньо залити щойно змелені зерна окропом, нагріти до закипання й одразу налити в чашку, це не дає кофеїну повністю перейти в напій.

Сучасні напрями виготовлення оздоровчих напоїв передбачають сполучення кави з соками, пюре цитрусових, вишні, яблук, бананів, медом, какао, шоколадом, мрозивом у вигляді коктейлів, смузі з молоком, йогуртом, віссянкою.

Висновки. Використання гарячої, холодної кави в суміші з пюре, соками молоком, кисломолочними продуктами дозволить розширити коло споживачів напою, можливість розробити унікальні рецептури повноцінних страв високої харчової цінності.

Section 23

Humanities

Секція 23

Гуманітарні науки

23.1.

History of Ukraine

Chairperson – professor Svitlana Buravchenkova

Secretary – professor Oleksandr Pylypenko

23.1.

Історія України

Голова – професор Світлана Буравченкова

Секретар – професор Олександр Пилипенко

1. Рік війни: шлях незламності закладів вищої освіти

Надія Левицька, Ольга Коцюбанська

Національний університет харчових технологій

Вступ. З 24 лютого 2022 р. в Україні йде велика руйнівна війна, яка змінила нас і все навколо. Повномасштабна війна в Україні завдала великих і потужних руйнувань усім сферам суспільного життя. За рік, що минув, в активній фазі війни економіка України постраждала як ніколи. Падіння було рекордним за всі роки існування незалежної України. За попередніми даними, ВВП 2022 року скоротився на 30,4%. Раніше максимальне падіння економіки було 1994 році – 22,9% [1].

Матеріали та методи. Під час дослідження використано наступні методи: історизму, теоретичного узагальнення, порівняння, загальнонауковий. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних учених, статті, опубліковані в періодичних виданнях, інтернет-ресурси.

Результати. Найбільше постраждала інфраструктура, будівництво, транспорт, промисловість, енергетична галузь, торгівля, харчова галузь, сільське господарство. Однією з найбільш постраждалих від війни є освітня сфера. В умовах війни перед освітньою галуззю постали нові складні виклики. За даними проведеного дослідження МОН України та Інститутом освітньої аналітики в умовах повномасштабної війни та воєнного стану одним із суттєвих викликів у сфері освіти визнано «масштабні руйнування освітньої інфраструктури: пошкодження приміщень закладів освіти, навчальної матеріально-технічної бази, навчально-виробничих баз практики» [2]. За даними Міністерства освіти і науки України, за рік повномасштабної війни по всій території країни постраждали від бомбардувань та обстрілів 3139 закладів освіти. Із них повністю зруйновано 441 освітній заклад, 2698 – було пошкоджено внаслідок атаки рф. Найбільше зруйновано чи знищено освітніх закладів у Донецькій (760), Харківській (624), Миколаївській (273) та Київській (193) областях [3].



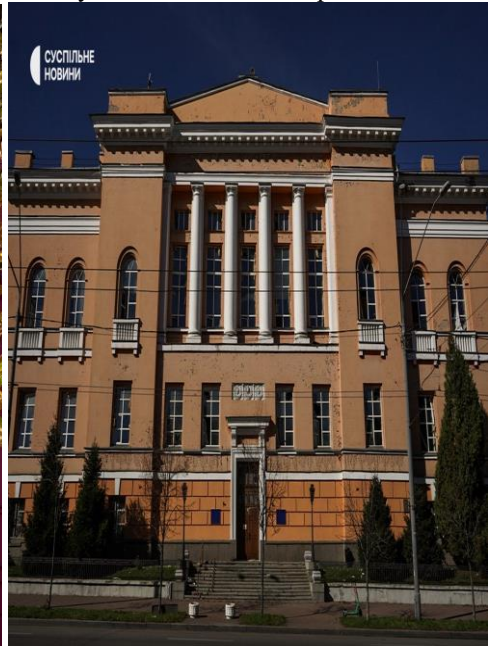
Фото: Чернівецька міська рада. <https://uacrisis.org/uk/zrujnovani-osvitni-zaklady-za-rik-povnomashtabnogo-vtorgnennya>

Війна Росії проти України вплинула на 1,5 мільйони молоді та понад 70 тисяч іноземних студентів, які навчалися в Україні до 24 лютого. Скорочується штат працівників, іде відтік студентів (як українських, так і іноземних) із ЗВО.

На 1 вересня 30 закладів освіти повідомили про значні втрати лабораторного обладнання, бібліотечних фондів, навчальних матеріалів, меблів та офісного майна. Ще 83 заклади освіти зазнають додаткових збитків через використання їх приміщень як тимчасових притулків для внутрішньо-переміщених осіб, а 51 заклад освіти має значні або часткові збитки через необхідність будівництва функціональних бомбосховищ[4].

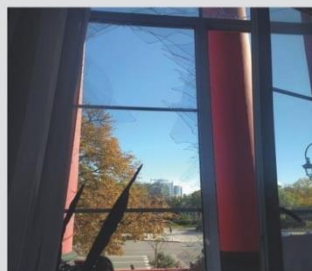
На території, що контролюється українською владою, переміщено ЗВО Донецької, Луганської, Херсонської, частини Запорізької областей. Однак переміщеним університетам бракує комп'ютерної, офісної й мережевої техніки, лабораторного обладнання за визначеними напрямками досліджень для повноцінного відновлення освітнього-наукового процесу, кадрового потенціалу й здобувачів. Та найцінніше, що забирає війна й що уже ніколи не вдасться компенсувати ні власними силами, ні силами партнерської підтримки – це людські життя.

Під час ракетного обстрілу 10 жовтня 2022 р. пошкоджень зазнав Червоний корпус Київського національного університету ім. Т. Шевченка, який є пам'яткою історії національного значення, Інститут філології та Наукова бібліотека ім. М. Максимовича. Також під час цього обстрілу постраждали два музеї – Ханенків та Тараса Шевченка.



Червоний корпус Київського національного університету Наукова бібліотека ім. М. Максимовича ім. Т. Шевченка (Фото із соцмережі надані ректоом КНУ Володимиром Бугровим).

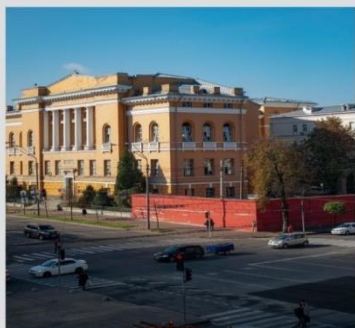
 Головний корпус Університету (1842 року)



 Корпус ННІ філології (1852 року)



 Корпус Наукової бібліотеки імені М.Максимовича (1940 року)



КНУ ім. Т. Шевченка (Фото. <https://www.unian.ua/war/rosiya-obstrilyala-centr-kijeva-10-zhovmya-naskilki-postrazhdali-korpusi-knu-novini-kijeva-12006744.html>)

31 грудня 2022 року, внаслідок ракетної атаки значних пошкоджень отримали корпуси ННЦ «Інститут біології та медицини» та ННІ високих технологій, факультетів психології, соціології, комп'ютерних наук та кібернетики, радіофізики, електроніки та комп'ютерних систем, механіко-математичного та географічного факультетів, кафедри ядерної фізики, криогенний комплекс фізичного факультету, спорткомплексу, Українського фізико-математичного ліцею та деяких гуртожитків Студмістечка.



Університет ім. Т. Шевченка (Фото: facebook/kyiv.university)



Університет ім. Т. Шевченка (Фото: facebook/kyiv.university)

З перших днів війни значних пошкоджень також зазнав Чернігів. Постраждала від обстрілів і бомбардувань й освітня інфраструктура Національного університету «Чернігівська політехніка» – найбільшого вишу цього регіону.



Національний університет «Чернігівська політехніка» (Фото: t.me/suspilnechernihiv)

Із самого початку війни у Харкові великих пошкоджень зазнали ряд університетів. Один із них – Національний університет імені В. Каразіна – один з найвідоміших та найстаріших українських вишів Східної Європи. Університет зазнав значних руйнувань: знищено спорткомплекс, корпус економічного факультету та Каразінської бізнес-школи, пошкоджені університетська клініка, корпус Центральної наукової бібліотеки та музею природи, виведені з експлуатації студентські гуртожитки тощо.



Будівля соціологічного факультету Університету Каразіна (Фото: ДСНС
<https://www.unian.ua/society/novini-harkova-rashisti-povnistyu-rozbombili-universitet-karazina-novini-harkova-11768836.html>)



Будівля факультету економіки ХНУ ім. В. Каразіна Гуртожиток ХНУ ім. В. Каразіна
(Фото: пресслужба ХНУ. <https://kharkov.comments.ua/ua/news/war/2022/10819-yak-viglyadae-zruynovaniy-pid-chas-viyni-universitet-u-harkovi-foto.html>)

Зруйновано Харківський національний педагогічний університет ім. Г. Сковороди.



Національний педагогічний університет ім. Г. Сковороди. (Фото: Суспільне.
<https://www.slovoidilo.ua/2022/07/06/novyna/suspilstvo/rf-zavdala-raketnyx-udariv-po-kilkox-rajonax-xarkova-zrujnovano-universytet>)

Ще у березні 2022 р. в гуртожиток Харківського аграрного університету ім. В. В. Докучаєва, що розташований поруч з навчальним закладом, влучила російська бомба.

Інший снаряд потрапив у сусідній житловий будинок. Від вибухів зазнала пошкоджень адміністративна будівля університету. З 28 лютого в університеті живе кілька десятків людей. Це мешканці сусідніх сіл Рогань, Малинівка, а також міста Чугуїв Харківської області. Через постійні обстріли люди не можуть повернутись до своїх домівок. Прихистком для них стала їдальня у підземеллі університету.



Гуртожиток Харківського аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. (Фото: Павло Бішко)

Зруйновані стіни, вікна, купа каміння навколо – саме такий вигляд станом на 13 вересня мав головний корпус Чорноморського національного університету імені Петра Могили в м. Миколаїв.



ЧНУ імені Петра Могили (Фото: Олександр Сенкевич у Telegram)

Внаслідок ракетного обстрілу Миколаєва два вищі навчальні заклади міста – Миколаївський національний університет імені Василя Сухолинського та Національний університет кораблебудування – зазнали серйозних руйнувань.



Миколаївський національний університет імені Василя Сухомилинського. (Фото: Олександр Сенкевич. <https://tsn.ua/ato/rosiya-raketami-vdarila-po-naybilshih-vishah-u-mikolayevi-foto-rivnyvan-2111386.html>)



Національному університету кораблебудування. (Фото О. Сенкевич. <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3590116-u-mikolaevi-znovu-zaznav-raketnogo-udaru-universitet-korablebuduvanna.html>).

У березні під ракетний удар в Маріуполі потрапив Приазовський державний технічний університет. 13 березня університет був бомбардований з повітря. У 5-й корпус університету влучила бомба. У п'ятиповерховій будівлі вилетіли усі вікна, кілька поверхів було зруйновано. Згодом університет тимчасово було переміщено до м. Дніпра.



Приазовський державний технічний університет (Фото: сайт ПДТУ. <https://suspilne.media/228427-tehnicnij-universitet-z-mariupola-vidnovit-robotu-v-dnipri/>)

Маріупольський державний університет, який постраждав під час бомбардувань, тимчасово було переміщено до Києва. Його прихистив Київський національний університет будівництва та архітектури (КНУБА). За часи війни в Маріуполі загинуло вісім співробітників та сім студентів МДУ.



Маріупольський державний університет. (Фото: mdu.in.ua)
<https://vechirniy.kyiv.ua/news/71659/>)

МДУ (Фото: Наталія Слінкіна.)



Ліворуч – нове приміщення МДУ на вулиці Преображенська,6 Зруйнований Маріупольський державний університет у Києві. Праворуч – зруйнований МДУ в Маріуполі. (Фото: Наталя Слінкіна. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71659/>)

11 січня 2023 р. внаслідок вибухів було пошкоджено будівлю Херсонського державного університету.



Херсонський державний університет (Фото: Херсонська ОВА. <https://fakty.com.ua/ua/>)

Державний податковий університет у м. Ірпінь 4 березня зазнав перших руйнацій від мінометних обстрілів. Зрештою, сталося два загорання, у результаті якого адмінкорпус вигорів вщент, а інші корпуси та гуртожитки теж мали значні ушкодження. Наступного дня відбулася евакуація університету до філії у місті Сторожинець Чернівецької області. Ще більших руйнувань університет зазнав у 30-х числах березня перед відходом ворожих військ.



Державний податковий університет м. Ірпінь (Фото: Юрій Іванов. <https://oukr.info/kilka-misyacziv-pislyya-obstriliv-yak-nyni-vyglyadaye-podatkovyj-universytet-v-irpeni.htm>)

Сумський національний аграрний університет потрапив під обстріли з першого ж дня війни. 26 лютого на іншому кінці Сум було обстріляно ще один навчальний заклад – коледж цього університету. Показово, що в районі, де він розташований, немає жодного військового об'єкту. А 3 березня під ракетний удар потрапив і один з найрейтинговіших українських закладів вищої освіти – Сумський державний університет. І список ще можна продовжувати, нажаль. Реальні цифри втрат від російської агресії – людських життів, руйнувань, збитків нам ще доведеться дізнатися і осмислити у майбутньому. Нині багато чого залишається невідомим через те, що на окупованих територіях перевірити дані неможливо.

Висновки. Отже, інфраструктура низки ЗВО унаслідок воєнних атак з боку ворога зазнала суттєвих пошкоджень, а подекуди зовсім зруйнована. Тому виклики, перед якими постала сьогодні українська вища школа, вимагають модернізації системи освіти, пошуку освітніх антикризових моделей, які могли б задовольнити поточні й майбутні потреби. Нині у складний воєнний час вища освіта України відмовилася від орієнтації на авторитаризм і є орієнтованою, як ніколи досі, на впровадження демократичної моделі взаємодії в освітній сфері, запровадження гуманітарних цінностей в усі освітні процеси, розбудову української вищої школи в напрямку більшої свободи для студентів і викладачів. Надважливо зберегти привабливість здобуття вищої освіти, попри війну й численні ризики, саме в українських вишах. Це один із головних напрямів діяльності теперішньої системи вищої освіти – запобігти відтоку інтелектуального капіталу з держави.

Література.

1. Кризи не сталося. Як Україні вдалося уникнути розвалу економіки за рік великої війни// <https://www.rbc.ua/rus/news/koyu-stala-ekonomika-rik-viyni-ta-hto-dopomig-1677238424.html>. 2. Вища освіта в Україні під час воєнного стану. URL: <https://it-kharkiv.com/vyshha-osvita-vukrayini-pid-chas-voennogo-stanu/>. 3. Зруйновані освітні заклади за рік повномасштабного вторгнення. URL: <https://uacrisis.org/uk/zrujnovani-osvitni-zaklady-za-rik-povnomasshtabnogo-vtorgnennya>. 4. Освіта в Україні в умовах воєнного стану. Інформаційно-аналітичний збірник. Інститут освітньої аналітики. URL: <https://mon.gov.ua/>.

2. The year of war: the path of indomitability of higher education institutions

Nadiia Levytska, Olga Kotsyubanska

National University of Food Technologies

Introduction. Since February 24, 2022, a great destructive war has been going on in Ukraine, which has changed us and everything around us. The full-scale war in Ukraine caused great and powerful destruction to all spheres of social life. During the past year, during the active phase of the war, Ukraine's economy suffered more than ever. The fall was a record for all years of existence of independent Ukraine. According to preliminary data, GDP in 2022 decreased by 30.4%. Previously, the maximum decline of the economy was in 1994 – 22.9% [1].

Materials and methods. During the research, the following methods were used: historicism, theoretical generalization, comparison, general scientific. The information base of the research is the works of domestic scientists, articles published in periodicals, and Internet resources.

The results. Infrastructure, construction, transport, industry, energy industry, trade, food industry, agriculture were the most affected. One of the most affected by the war is the educational sphere. In the conditions of the war, the educational sector faced new complex challenges. According to the research carried out by the Ministry of Education and Culture of Ukraine and the Institute of Educational Analytics in the conditions of full-scale war and martial law, one of the significant challenges in the field of education was recognized as "large-scale destruction of educational infrastructure: damage to the premises of educational institutions, the educational material and technical base, educational and production practice bases" [2]. According to the Ministry of Education and Science of Ukraine, during the year of the full-scale war, 3,139 educational institutions were damaged by bombings and shelling throughout the country. Of these, 441 educational institutions were completely destroyed, 2,698 were damaged as a result of the Russian attack. Most educational institutions were destroyed or destroyed in Donetsk (760), Kharkiv (624), Mykolaiv (273) and Kyiv (193) regions [3].



Photo: Chernigiv City Council.. <https://uacrisis.org/uk/zrujnovani-osvitni-zaklady-zarik-povnomasshtabnogo-vtorgnennya>

Russia's war against Ukraine affected 1.5 million young people and more than 70,000 foreign students studying in Ukraine until February 24. The number of employees is being reduced, there is an outflow of students (both Ukrainian and foreign) from higher education institutions..

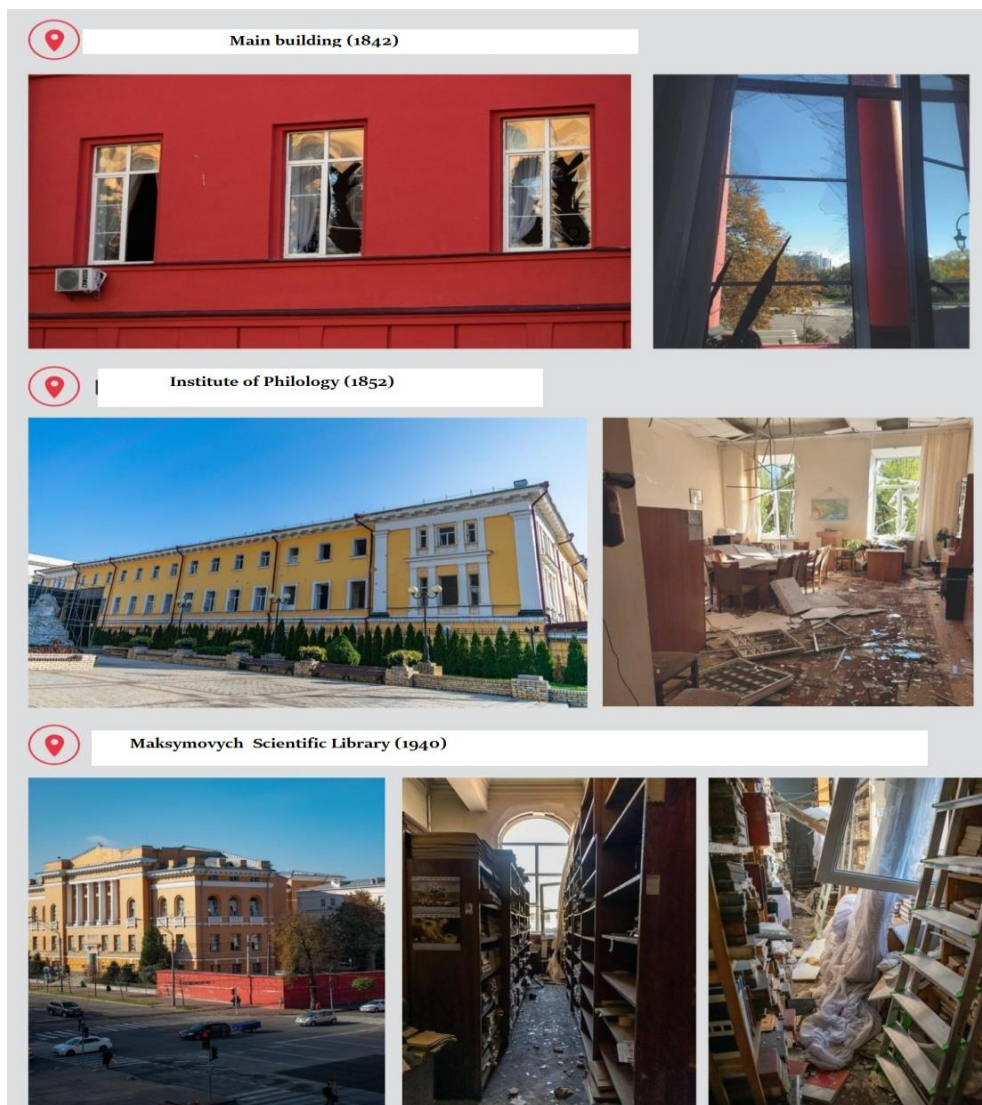
On September 1, 30 educational institutions reported significant losses of laboratory equipment, library funds, educational materials, furniture and office property. Another 83 educational institutions suffer additional losses due to the use of their premises as temporary shelters for internally displaced persons, and 51 educational institutions have significant or partial losses due to the need to build functional bomb shelters[4].

Higher education institutions of Donetsk, Luhansk, Kherson, and part of Zaporizhzhya regions were relocated to the territory controlled by the Ukrainian authorities. However, displaced universities lack computer, office and network equipment, laboratory equipment for certain areas of research to fully restore the educational and scientific process, personnel potential and applicants. But the most valuable thing that the war takes away and that can never be compensated by our own forces or the forces of partner support is human life.

During the missile attack on October 10, 2022, the Red Corps of Kyiv National University named after T. Shevchenko, which is a historical monument of national significance, the Institute of Philology and the Scientific Library named after M. Maksymovycha. Also, during this shelling, two museums were damaged - the Khanenko Museum and the Taras Shevchenko Museum.



Red building of the Taras Shevchenko National university of Kyiv Maksymovych Scientific Library (Photo from social media by rector of Taras Shevchenko University Volodymyr Bugrov).



Taras Shevchenko National university of Kyiv (Photo. <https://www.unian.ua/war/rosiya-obstrilyala-centr-kiveva-10-zhovmya-naskilki-postrazhdali-korpusi-knu-novini-kiveva-12006744.html>)

On December 31, 2022, as a result of a rocket attack, the buildings of the Institute of Biology and Medicine and the Institute of High Technologies, faculties of psychology, sociology, computer science and cybernetics, radiophysics, electronics and computer systems, mechanics and mathematics received significant damage. and geography faculties, the nuclear physics department, the cryogenic complex of the physics faculty, the sports complex, the Ukrainian Physics and Mathematics Lyceum and some dormitories of the Studmistechna.



Taras Shevchenko National university of Kyiv (Photo: facebook/kyiv.university)



Taras Shevchenko National university of Kyiv (Photo: facebook/kyiv.university)

From the first days of the war, Chernihiv also suffered significant damage. The educational infrastructure of the Chernihiv Polytechnic National University, the largest university in this region, was also damaged by shelling and bombing.



Chernihiv Polytechnic National University (Photo: t.me/suspilnechernihiv)

Since the beginning of the war, a number of universities in Kharkiv have suffered major damage. One of them is V. Karazin National University, one of the most famous and oldest Ukrainian universities in Eastern Europe. The university suffered significant destruction: the sports complex, the building of the Faculty of Economics and the Karazin Business School were destroyed, the university clinic, the building of the Central Scientific Library and the Museum of Nature were damaged, student dormitories were decommissioned, etc.



Building of sociological faculty of Karazyn University of Kharkiv (Photo://www.unian.ua/society/novini-harkova-rashisti-povnistyu-rozbombili-universitet-karazina-novini-harkova-11768836.html)



*Building of Economic faculty of Karazyn University of Kharkiv: University dormitory
(Photo: Press office of Karazyn University. <https://kharkov.comments.ua/ua/news/war/2022/10819-yak-viglyadae-zruynovaniy-pid-chas-vivni-universitet-u-harkovi-foto.html>)*

H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University.



*H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University. (Photo: Suspilne.
<https://www.slovoidilo.ua/2022/07/06/novyna/suspilstvo/rf-zavdala-raketyx-udariv-po-kilkox-rajonax-xarkova-zrujnovano-universytet>)*

As early as March 2022, in the dormitory of the Kharkiv Agrarian University named after VV Dokuchaev, located next to the educational institution, was hit by a Russian bomb. Another projectile hit a nearby residential building. The administrative building of the university was damaged by the explosions. Several dozen people have been living at the

university since February 28. These are residents of the neighboring villages of Rohany, Malynyvka, as well as the city of Chuguiv, Kharkiv region. Due to constant shelling, people cannot return to their homes. The canteen in the university's dungeon became a refuge for them.



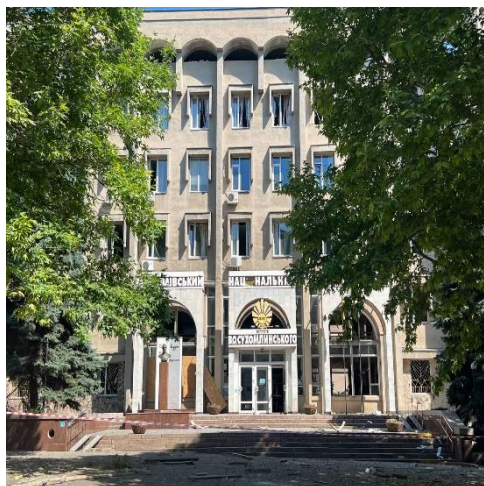
Dormitory of Dokuchaev university. (Photo: Pavlo Bischko)

Ruined walls, windows, heaps of stones around - this is exactly what the main building of the Petro Mohyla Black Sea National University in Mykolaiv looked like as of September 13.



Petro Mohyla Black Sea National University (Photo: Olexander Senkevich Telegram)

As a result of the missile attack on Mykolaiv, two higher educational institutions of the city - the Mykolaiv National University named after Vasyl Sukhomlynskyi and the National Shipbuilding University - suffered serious destruction.



Sykhomlynsky National University.(Photo: Olexander Senkevich. <https://tsn.ua/ato/rosiya-raketami-vdarila-poy-naybilshih-vishah-u-mikolayevi-foto-ruynuvan-2111386.html>)



National university of shipbuilding.(Photo: Olexander Senkevich. <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3590116-u-mikolaevi-znovu-zaznav-raketnogo-udaru-universitet-korablebuduvanna.html>).

In March, the Azov State Technical University was hit by a rocket attack in Mariupol. On March 13, the university was bombed from the air. A bomb hit the 5th building of the university. In the five-story building, all the windows were blown out, several floors were destroyed. Subsequently, the university was temporarily moved to the city of Dnipro.



Pryazovskyi State Technical University (Photo: сайм ПДТУ. <https://suspilne.media/228427-tehnicnij-universitet-z-mariupola-vidnovit-robotu-v-dnipri/>)

Mariupol State University, which was damaged during the bombings, was temporarily moved to Kyiv. He was sheltered by the Kyiv National University of Construction and Architecture (KNUBA). During the war, eight employees and seven students of MSU died in Mariupol.



Mariupol State university. (Photo: [mdu.in.ua](https://vechirniy.kyiv.ua/news/71659/))



(Photo: Natalya Slinkina.)



Left – new building of Mariupol State University in Kyiv, Preobrazenska 6, right – ruined building of Mariupol State University in Mariupol (Photo: Natalya Slinkina. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71659/>)

On January 11, 2023, the Kherson State University building was damaged as a result of explosions.



Kherson State University (Photo: <https://fakty.com.ua/ua/>)

On March 4, the State Tax University in Irpin was first destroyed by mortar attacks. In the end, there were two fires, as a result of which the administration building burned to the ground, and other buildings and dormitories also suffered significant damage. The next day, the university was evacuated to a branch in Storozhynets, Chernivtsi region. The university suffered even greater destruction in the 30s of March before the departure of enemy troops.



State university of Irpin (Photo: Yuriy Ivanov. <https://oukr.info/kilka-misyacziv-pislya-obstriliv-yak-nyini-vyglyadaye-podatkovyj-universytet-v-irpeni.htm>)

The Sumy National Agrarian University came under fire from the very first day of the war. On February 26, at the other end of Sumy, another educational institution - the college of this university - was shelled. It is significant that there is no military facility in the area where it is located. And on March 3, one of the most highly rated Ukrainian institutions of higher education – Sumy State University – was hit by a rocket. And the list can be continued, unfortunately. We will have to find out and understand the real numbers of losses from Russian aggression - human lives, destruction, damages - in the future. Currently, many things remain unknown due to the fact that it is impossible to verify data in the occupied territories.

Conclusions. Therefore, as a result of military attacks by the enemy, the infrastructure of a number of military defenses was significantly damaged, and in some places it was completely destroyed. Therefore, the challenges faced by Ukrainian higher education today require the modernization of the education system, the search for educational anti-crisis models that could meet current and future needs. Currently, in the difficult wartime, higher education in Ukraine has abandoned its orientation towards authoritarianism and is oriented, more than ever before, to the implementation of a democratic model of interaction in the educational sphere, the introduction of humanitarian values into all educational processes, the development of Ukrainian higher education in the direction of greater freedom for students and teachers. It is extremely important to preserve the attractiveness of obtaining the higher education, despite the war and numerous risks, especially in Ukrainian universities. This is one of the main activities of the current system of higher education - to prevent the outflow of intellectual capital from the state.

References.

1. Кризи не сталося. Як Україні вдалося уникнути розвалу економіки за рік великої війни// <https://www.rbc.ua/rus/news/koou-stala-ekonomika-rik-viyni-ta-hto-dopomig-1677238424.html>. 2. Вища освіта в Україні під час воєнного стану. URL: <https://it-kharkiv.com/vyshha-osvita-vukrayini-pid-chas-voyennogo-stanu/>.
3. Зруйновані освітні заклади за рік повномасштабного вторгнення. URL: <https://uacrisis.org/uk/zrujnovani-osvitni-zaklady-za-rik-povnomashtabnogo-vtorgnennya>.
4. Освіта в Україні в умовах воєнного стану. Інформаційно-аналітичний збірник. Інститут освітньої аналітики. URL: <https://mon.gov.ua/>.

3. Харчова промисловість України в роки війни – втрати та опір

Надія Левицька, Ольга Коцюбанська

Національний університет харчових технологій

Вступ. Із 24 лютого 2022 року харчова промисловість України зіткнулася з великим викликом. Численні підприємства були розорені або залишені на окупованій території. Були розірвані звичні економічні ланцюги, втрата потужностей і сировини, нестабільна економіка. Тим не менш, бізнес і держава наполегливо намагаються подолати труднощі. Ця стаття є спробою поспостерігати та оцінити загальну ситуацію.

Матеріали та методи. Під час дослідження використовувалися такі методи: історизму, теоретичного узагальнення, порівняння, загальнонаукового. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних вчених, статті, опубліковані в періодичних виданнях, Інтернет-ресурси.

Результати. Порівняно з іншими галузями промисловості збитковість харчової промисловості займає третє місце після нафтодобувної промисловості. Загальна сума збитків становить майже 1040 млн доларів. До цієї категорії в основному входять склади зі значними запасами продовольства. Тільки Київська область через війну втратила п'яту частину складських площ, а це близько 364 тис. кв.м, включаючи офісні приміщення та інші будівлі на території комплексів.[1] Споживча підтримка надихає вітчизняних виробників, які пережили чи то руйнування власних потужностей, чи то окупацію, активніше повертатися до роботи. Переживши хвилю потрясінь, спричинених загарбницькою війною Росії проти України, підприємці знаходять сили та можливості відновити свій бізнес і знову забезпечити країну продовольством. Зруйновано 20% хлібозаводів. Заморожений хлібзавод під Вишгородом – один із таких сумних прикладів.



Зруйнований завод заморожених хлібобулочних виробів під Вишгородом.

Фото: <https://agronews.ua/news/okupanty-zrujnuvaly-pidpryyemstvo-z-vygotovlennya-zamorozhenyh-hlibobulochnyh-vyrobiv>

Завод мав сучасне обладнання та великі сподівання щодо збільшення можливостей у найближчому майбутньому. Найбільшою проблемою стала втрата

контролю над заводом у Херсоні. Це був найсучасніший і високоєфективний завод в Україні з виробництва молочної та кисломолочної продукції сучасної категорії. На щастя, за короткий час, до повної окупації міста, нам вдалося вивезти зі складу 600 тонн молочної продукції та благодійно передати на потреби містян», – Іван Ханас, директор з експлуатації та За його словами, виробництво ключової продукції було перенесено на інший завод компанії, розташований у Кременчуці (Полтавська обл.) [3], у результаті чого вдалося відновити закупівлі Danone в Україні. виробництво основної продукції на новому місці протягом трьох-п'яти місяців. Крім того, після переїзду також вдалося відновити виробництво практично всіх марок. Однак, враховуючи обмежені можливості поточного заводу, було частково скорочено асортимент, а в деяких випадках змінено формат упаковки[3]. Наразі полиці вітчизняних продовольчих магазинів не пустують, торговельні мережі знаходять альтернативу, зокрема, за кордоном тим продуктам харчування, які ц. наразі не виробляється в Україні через війну. Проте українці, які нині стали ще більш згуртованими та соціально свідомими, досі віддають перевагу вітчизняному виробнику. Водночас деякі визначні українські бренди фактично зникли під час війни. Наприклад, кондитерська фабрика, розташована в місті Тростянець Сумської області. Був зруйнований і пограбований загарбниками. Factorz випускав марки: шоколад Milka, «Корона»; печиво Oreo, TUC, Belvita, пекарня Milka Choco; бісквітні тістечка «Ведмедик Барні»; Чіпси Люкс, жуйки Дірол і льодяники Холс. Виробничі потужності: компанія в Україні включає Тростянецьку шоколадну фабрику та дочірнє підприємство ТОВ «Чіпси Люкс». Виробничі потужності ПАТ «Монделіс Україна» розташовані в передмісті Сум та Києва[6].



Тростянецька кондитерська фабрика/

Фото: <https://www.facebook.com/hashtag/%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B4%D0%B5%D1%96>

«Артемсіль» знаходиться в м. Соледар Донецької області. Через бойові дії «Артемсіль» призупинила виробництво. Виробнича потужність підприємства у 2020 році становила 1,2 млн тонн солі. «Артемсіль» експортувала свою продукцію в 15 країн і постачала її в усі мережі. в Україні[5].



Артемівськ до і після шелінгу. Фото:

Окрім зруйнованих, у нас є й бренди, втрачені через окупацію. Це «Чумақ», «Таврія», «Бон Херсон», «Олком».

Компанія «Чумақ» виробляє кетчупи, соуси, томатну пасту та макаронні вироби. «Чумақ» знаходиться в тимчасово окупованій Каховці Херсонської області. Виробник випускав свою продукцію під торговою маркою «Чумақ». Мережі поставок: McDonald's, WOG, Куліничі, KFC, ОККО, всі торгові мережі[6].



Втрачені бренди: "Чумақ" Фото: https://rozetka.com.ua/chumak_4820001357950/p40577800

Зараз компанія намагається оновити виробництво в Луцьку. На жаль, вони зараз не мають зв'язку зі своїми потужностями в Каховці, в тому числі з величезними складами, через що виникають труднощі з готовою продукцією та асортиментом. Вони дуже сподіваються на швидку деокупацію Каховки. Якщо потужності не зазнають серйозних пошкоджень, компанія заявляє, що відновить виробництво за 4-6 місяців.

«Олком» Завод компанії знаходився на окупованій території в Мелітополі. Підприємство виробляло продукцію таких торгових марок, як Olkom, Olkom Style, «Як завжди смачно».



Втрачені бренди: «Олком» Фото: <https://olkom.ua>

Зараз інший завод «Олком» у Києві намагається задовольнити всі потреби, незважаючи на фінансові труднощі.

Також на тимчасово окупованих територіях знаходиться лікеро-горілчаний завод «Таврія». Підприємство знаходиться в місті Нова Каховка Херсонської області.



Втрачені бренди: «Таврія»

У її портфоліо такі бренди, як Борисфен, Таврія Преміум, Георгіївський, Jatone, ALeXX. Виробничі потужності «Таврії» – це 1400 га виноградних земель у Херсонській області. За сезон підприємство переробляло близько 17 тис. тонн винограду. Потужність лінії розливу заводу становить 1,6 млн. літрів вина та коньяку на рік. ДМК «Таврія» постачала свою продукцію в усі мережі.

Третя група – підприємства, які не були зруйновані чи окуповані, але були змушені зупинити виробництво через бомбардування чи обстріли. Ці заводи розташовані в Чернігові, Харкові, Миколаєві. Через обстріл зупинили роботу заводів. AB InBev EFES випускає торгові марки «Чернігівське», «Рогань», «Янтар», Staropramen, Stella Artois

та імпортує – Bud, Corona Extra, Stella Artois, Hoegaarden, Leffe. Виробничі потужності – заводи в Чернігові, Миколаєві та Харкові; Продукція InBev Efes, за даними Nielsen, займає 31,7% українського ринку пива. Продукцію постачали в усі мережі супермаркетів.



Потужності Миколаївського пивоварного заводу.
Фото: <https://svidok.info>



Мівіна
: <https://zakaz.ua/ru/products/04820048610148>

«Мівіна». Підприємство знаходиться в Харкові. Наразі його робота призупинена. Близько 42 найменувань продукції для внутрішнього ринку випускається на фабриці «Мівін» у Харкові. Понад 40% продукції експортується до країн ЄС та світу.

Окрім вермішелі, фабрика виробляє соєві соуси та приправи. Продукцію постачали в усі мережі супермаркетів.

Висновки. Незважаючи на всі втрати, українська промисловість намагається вижити за рахунок реконструкції чи перенесення потужностей. Таке унікальне поєднання фінансових інтересів і моральної мотивації є головною рисою української харчової промисловості під час війни. Говорити про позитивну динаміку в умовах тотальної нестабільності було б дещо складно, але у випадку переміщення різних підприємств, маємо хороші результати та своєрідну конкуренцію між безпечними регіонами за нове місце розташування. Робочі місця та місцеві фінансові інвестиції є сильними позиціями в цій сфері. Це все ще важкий виклик. Першою і головною умовою відновлення об'єктів могло бути лише закінчення війни. Без цього це ризикований бізнес із жорстким кліматом для інвестицій. Тим не менш, харчова промисловість є найбільш швидко оновлюваною галуззю з хорошими перспективами експорту.

Література.

1. https://www.facebook.com/hashtag/%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B4%D0%B5%D1%96/?source=feed_text&epa=HASHTAG.
2. <https://khersondaily.com/news/produksiya-chumak-v-okupovanomu-krimu-ta-khersonski-pomidori-na-rinkakh-rosii-pro-neshchaslivu-dolyu-nashikh-tomativ>.
3. <http://businessua.com/produkti-harchuvannya/83042yak-vistoyali-ukrainski-harchovi-pidpriemstva-pid-chas-viini.html>.
4. <https://landlord.ua/news/v-ukraini-blyzko-20-khlibozavodiv-zruinovani-abo-ne-vidnovyly-vyrobnystvo/>.
5. <https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu/>.
6. <https://harch.tech/2022/07/07/prodykty-jaki-znukly/>

4. Food industries of Ukraine during the year of war – losses and resistance.

Nadiia Levytska, Olga Kotsyubanska

National University of Food Technologies

Introduction. Since February 24, 2022, the food industry of Ukraine was faced to a great challenge. Numerous enterprises were ruined, or left on the occupied territory. Usual economic chains were torn, loss of facilities and raw materials, unstable economy. Nevertheless, businesses and State are fiercely trying to overcome the difficulties. This article is a try to observe and estimate the general situation.

Materials and methods. During the research, the following methods were used: historicism, theoretical generalization, comparison, general scientific. The information base of the research is the works of domestic scientists, articles published in periodicals, and Internet resources.

The results.

Compared to other industrial branches, losses of the food industry is in third place after the oil and natural resources industry. The general amount of damage is nearly 1040 mln dollars. This category mainly includes warehouses with significant food stocks. Only the Kyiv region lost a fifth of its warehouse space due to the war, which is about 364,000 square meters, including office space and other buildings on the territory of the complexes.[1].

Consumer support inspires domestic producers who have survived either the destruction of their own facilities or the occupation to return to work more actively. Having survived the wave of upheavals caused by Russia's war of aggression against Ukraine, entrepreneurs are finding strength and opportunities to restore their business and provide the country with food again.

20% of breadmaking facilities were ruined. A frozen bread-making factory near Vyschgorod is one of those sad examples.



Ruined factory of frozen bread products near Vyschgorod. Photo: <https://agronews.ua/news/okupanty-zrujnuvaly-pidpryyemstvo-vygotovlennya-zamorozhenyh-hlibobulochnyh-vyrobiv/>

The factory had modern equipment and great expectations concerning the increasing capabilities in the nearest future.

The biggest challenge was the loss of control over the factory in Kherson. It was the most modern and highly efficient plant in Ukraine for the production of dairy and sour-milk products of the modern category. Fortunately, in a short period of time, before the full occupation of the city, we managed to take 600 tons of dairy products out of the warehouse and donate them as charity to the needs of the citizens," Ivan Khanas, director of operations and procurement of Danone in Ukraine, said in a comment to UNIAN. According to him, the production of key products was transferred to another plant of the company located in Kremenchuk (Poltava region)[3]. As a result, it was possible to resume the production of basic products at the new location within a period of three to five months.

In addition, after the relocation, it was also possible to resume production of almost all brands. However, taking into account the limited capabilities of the current plant, the assortment was partially reduced, and in some cases the packaging format was changed[3].

Currently, the shelves of domestic grocery stores are not empty, retail chains are finding alternatives, in particular, abroad for those foods that are currently not produced in Ukraine due to the war. However, Ukrainians, who have now become even more united and socially conscious, still prefer domestic producers.

Meanwhile, some remarkable Ukrainian brands actually disappeared during the period of war.

For example confectionery factory, located in the city of Trostyanets, Sumy region. It was destroyed and looted by the invaders. Factorz produced brands: Milka chocolate, "Korona"; cookies Oreo, TUC, Belvita, Milka Choco bakery; "Barney the Bear" biscuit cakes; Lux chips, Dirol chewing gum and Halls lollipops.

Production capacity: the company in Ukraine includes the Trostyanetska chocolate factory and the subsidiary company "Chipsy Lux" LLC. The production facilities of PJSC "Mondelis Ukraine" are located in the suburbs of Sumy and Kyiv[6].



Trostyanets confectionery factory/

Photo: <https://www.facebook.com/hashtag/%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B4%D0%B5%D1%96>

«Artemsil» is located in Soledar, Donetsk region. Due to hostilities, "Artemsil" suspended production.

The production capacity of the enterprise was 1.2 million tons of salt in 2020. "Artemsil" exported its products to 15 countries and supplied them to all networks in Ukraine[5].



“Artemsil” before and after schelling. Photo:

Beyond the ruined, we also have brands, lost because of occupation. These are "Chumack", "Tavria", and "Bon Kherson", "Olcom".

“Chumack” company produces ketchups, sauces, tomato paste and pasta products. "Chumak" is located in temporarily occupied Kakhovka, Kherson Region. The manufacturer produced its products under the Chumak brand. Supply chains: McDonald's, WOG, Kulynychy, KFC, OKKO, all retail chains[6].



Lost brands: “Chumak” Photo: https://rozetka.com.ua/chumak_4820001357950/p40577800/

Now the company tries to renovate its production in Lutsk. Sorrowfully, they have now no connections with their facilities in Kachovka, including huge warehouses, which cause difficulties with finished goods and assortment. They fiercely hope for soon de-occupation

of Kahovka. If the facilities will be not damaged critically, the company claims to renovate production in 4-6 months.

„Olcom”The company's plant was located on the occupied territory in Melitopol. The company produced products of such brands as Olkom, Olkom Style, "Delicious as always".



Lost brands: "Olcom" Photo: <https://olkom.ua>

Now other "Olcom" plant in Kyiv is trying to cover all the needs, despite to all financial difficulties.

The alcoholic beverage factory "Tavria" is also in the temporarily occupied territories. The company is located in the city of Nova Kakhovka, Kherson region.



Lost brands: "Tavria" Photo:

Its portfolio includes such brands as Borysfen, Tavria Premium, Georgievsky, Jatone, ALeXX. Tavria's production facilities are 1,400 hectares of wine-growing land in the Kherson region. The company processed about 17,000 tons of grapes per season. The plant's bottling line capacity is 1.6 million deliters of wine and cognac per year. DMK "Tavria" supplied its products to all networks.

The third group are enterprises, who weren't ruined or occupied, but were forced to stop production because of bombing or shelling. These arefactories are located in Chernihiv, Kharkiv, Mykolaiv. Due to the shelling, the work of the factories was stopped.

AB InBev EFES produces the following brands: "Chernihivske", "Rogan", "Yantar", Staropramen, Stella Artois and imports - Bud, Corona Extra, Stella Artois, Hoegaarden, Leffe.

Production capacity - factories in Chernihiv, Mykolaiv and Kharkiv; production of InBev Efes, according to Nielsen, occupies 31.7% of the Ukrainian beer market. The products were supplied to all supermarket chains.



Mykolaiv brewery facilities. :
Photo:<https://svidok.info>



"Mivina" Photo:
: <https://zakaz.ua/ru/products/04820048610148>

„Mivina“. The company is located in Kharkiv. His work is currently suspended. About 42 types of products for the domestic market are produced at the Mivin factory in Kharkiv. More than 40% of products are exported to EU countries and the world. In addition to vermicelli, the factory produces soy sauces and seasonings. Products were supplied to all supermarket chains.

Conclusions. Despite all the losses, the Ukrainian industry trying to survive through the renovation or relocation of the facilities. This unique combination of financial interests and moral motivation is the main feature of the Ukrainian food industry during the war. It is would be a bit complicated to speak about the positive dynamic in the environment of total instability, but in the case of relocation of different enterprises, we have good results and a kind of competition between safe regions to be a new place of location. Working places and local financial investment are strong positions in this area. It is still a tough call. The first and main condition to renovate facilities could be only the end of the war. Without this, it is risky business with a hard climate for investment. Nevertheless, food industry is the most fast renovated brunch with good perspectives of export.

References.

1. https://www.facebook.com/hashtag/%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B4%D0%B5%D1%96/?source=feed_text&epa=HASHTAG.
2. <https://khersondaily.com/news/produksiya-chumak-v-okupovanomu-krimu-ta-khersonski-pomidor-na-rinkakh-rosii-pro-neshchaslivu-dolyu-nashikh-tomativ>.
3. <http://businessua.com/produkti-harchuvannya/83042yak-vistoyali-ukrainski-harchovi-pidpriemstva-pid-chas-viini.html>.
4. <https://landlord.ua/news/v-ukraini-blyzko-20-khlibozavodiv-zruinovani-abo-ne-vidnovyly-vyrobnystvo/>.
5. <https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu/>.
6. <https://harch.tech/2022/07/07/prodykty-jaki-znukly/>

5. Українська мова під час війни: аспекти розвитку

Людмила Приблуда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Історія лінгвоциду української мови тривала понад чотири сторіччя. Через різні циркуляри, укази, закони відбувалося її знищення як основної ознаки українського етносу. Однак вона вистояла і з початку повномасштабного вторгнення росії в Україну стала символом спротиву, зброї, лінією оборони. Українська мова стала не тільки засобом для комунікації, а й потужним маркером ідентичності нас як українців, засобом запеклої боротьби за незалежність та перемогу над російськими загарбниками.

Матеріали і методи. У роботі використано описовий метод. Матеріалом для дослідження послуговували розвідки в інтернет-просторі про сучасний стан української мови в умовах війни.

Результати. Повномасштабне вторгнення росії в Україну підштовхнуло мільйони українців до переосмислення свого культурного коріння та своєї національної ідентичності. Сьогодні всі ми є свідками значного ментального зсуву в національному самовизначенні, адже підтримка української мови як єдиної державної безпрецедентна за всі роки незалежності української держави. Крім цього, на тлі російської агресії українці почали дедалі більше розуміти значення захисту державної мови як чинника безпеки держави. Повномасштабний наступ країни-агресорки вплинув на масову свідомість громадян України та сприяв утвердженню української мови як державної.

У відповідь на зухвалі, загарбницькі дії росії населення України розпочало бойкот російської мови. Чимало українців принципово перейшли у спілкуванні на українську в побуті, публічному просторі. Так, за даними Соціологічної групи «Рейтинг», з початку війни 41 % російськомовних та двомовних українців почали частіше говорити українською, з них 24 % роблять це постійно.

Переважає більшість українців переоцінили бачення ролі української мови в своєму житті. Мова зараз є засобом маркування свій-чужий. Цим часто користуються бійці на фронті. За сучасних умов саме інтегративно-означувальна функція української мови вийшла на перший план у 2022 р. Водночас російська мова, залишаючись для певної частини українців засобом комунікації, фактично перестала бути для них маркером національної належності.

Після початку вторгнення російської федерації в Україну, українська мова почала набувати неабиякої популярності в різних країнах світу. Кількість охочих вивчати українську за час війни зросла на 577 % у всьому світі, про що свідчать дані на платформі вивчення мов Duolingo. Так, у Duolingo виокремили країни з найбільшим зростанням користувачів, які вивчають українську мову у 2022 році:

Ірландія – 2229 %;
Німеччина – 1651 %;
Польща – 1615 %;
Нідерланди – 1590 %;
Чехія – 1513 %.

Крім того, українська мова одержала популярність у країнах, далеких від зони воєнного конфлікту, зокрема в Аргентині, Японії, В'єтнамі. Активним вивченням української займалися громадяни тих держав, які приймали найбільшу кількість українських біженців. Зауважимо, що за 6 місяців після вторгнення кількість людей,

які вивчають українську мову, зросла на 1651 % порівняно з минулим роком у Німеччині, на 1615 % у Польщі та на 1515% у Чехії.

У 2022 році понад 1,3 млн користувачів у світі розпочали вивчати українську мову на знак солідарності з українською нацією. Найбільше зростання популярності української мови в березні спостерігалось в Польщі, Великій Британії, Німеччині, Чехії, Ірландії. Минулого року в Німеччині українська мова опинилася на 15-му місці за популярністю з-поміж 40 мов, доступних у Duolingo. Раніше, у 2021 році, вона була на 36 місці. Зростання кількості тих, хто вивчає українську мову, також зафіксували у Великій Британії. Українська підскочила на 20 позицій у рейтингу найпопулярніших мов – із 37-го у 2021 році до 17-го місця у 2022 році. Американці також вивчали українську мову в Duolingo. У США українська мова піднялася в рейтингу з 36 місця до 22 місця у 2022 році.

Російська агресія продемонструвала, що важливе значення для розвитку, піднесення престижу української мови мають не лише заходи державної політики, а й громадські ініціативи. Щодо цього доречно вказати на кроки, до яких на початку 2023 р. вдалися Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна та Національний університет «Києво-Могилянська академія». Так, наприклад, у січні цього року ректорат харківського закладу вищої освіти ухвалив рішення запровадити на добровільних засадах посаду омбудсмена з-поміж представників професорсько-викладацького складу. Університетським уповноваженим із захисту державної мови став завідувач кафедри української мови М. Філон. Він має контролювати дотримання мовного законодавства та сприяти популяризації української мови. Невдовзі академічна конференція Києво-Могилянської академії затвердила нові правила внутрішнього розпорядку. Вони рекомендують і водночас вимагають уникати в університеті спілкування російською мовою як мовою країни-агресора. Ідеться про розмови на перервах, у їдальні, коридорах, бібліотеці, на території, тобто про комунікацію в позанавчальний час і в позааудиторному просторі.

Українська мова стає мовою бізнес-середовища. Зросли замовлення майстер-класів, вебінарів, курсів адже великі корпорації хочуть, щоб їхні колективи вивчали українську. Дедалі більшого поширення українська набуває в медіапросторі.

Висновки. Повномасштабне вторгнення російської федерації активізувало процес українізації. Українська мова поступово починає переважати в тих регіонах (Південь та Схід України) і сферах (неформальне спілкування, професійна зайнятість, віртуальний простір), де тривалий час не посідала провідних позицій. Масовий вимушений виїзд українських громадян за кордон істотно поживав цікавість іноземців до вивчення української мови. За кілька місяців після російської агресії вона стала однією з популярних європейських мов. Відчутно підвищився рейтинг української мови на світовому рівні. Додатковим каталізатором розвитку та зростання престижності української мови є внутрішня міграція. Цій меті також слугує поширення україноцентричних громадських ініціатив, які реалізують низка українських закладів вищої освіти.

Література.

1. Українська мова під час війни: ключові тенденції розвитку. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ukrayinska-mova-pid-chas-viyny-klyuchovi-tendentsiyi-rozvytku>. Дата звернення: 15.03.2023. 2. Чому українці більше говорять українською. URL: <http://language-policy.info/2015/06/chomu-ukrajintsi-bilshe-hovoryat-ukrajinskoyu-movoyu>. Дата звернення: 15.03.2023. 3. Як українська мова стала зброєю, символом спротиву і лінією оборони. URL: https://24tv.ua/education/mizhnarodniy-den-ridnoyi-movi-yak-ukrayinska-mova-stala-simvolom_n2259609. Дата звернення: 15.03.23.

6. Жінки у гирлі українсько-російської війни

Аліна Колтун, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Російська агресія проти України триває з 2014 року. 24 лютого 2022 року вона перейшла у повномасштабну фазу. Увесь цей час жінки активно залучаються до боротьби з ворогом. Українські жінки розбудовують свою агентність, беруть активну участь як у волонтерстві, так і в обороні України, зокрема і на бойових позиціях. За даними правозахисників із 2014 року 350 українок отримали бойові нагороди, 9 із них – посмертно. 59 тис. 786 жінок служать на військових спеціальностях, 18 тис. жінок є цивільними працівницями у ЗСУ. 41 тис. обіймають сааме військові посади із них 5 тисяч знаходяться на передовій.

Матеріали і методи. Проаналізовано праці вітчизняних авторів, які вивчали ці питання, інтернет-ресурси. Під час дослідження використано такі методи: історизму, теоретичного узагальнення, порівняння, загальнонауковий.

Результати. Понад 60 тисяч жінок на сьогодні є військовослужбовцями Збройних Сил України. Але ця цифра є значно більшою, адже є серед них медики та бійці добровольчих підрозділів. Із 2014 року в кожній жінки, яка пішла на фронт, є своя причина. Розповісти про всіх дівчат на фронті дуже складно. Чийсь історії вже є відомі на увесь світ, про когось знають менше, хтось відмовився від розмови, бо сім'я проживає на окупованій території, у когось не вистачило часу через зайнятість. У мирному житті вони усі мали інші професії, а тут довелося з нуля освоювати різні навички які й близько не були пов'язані з ними, такі як стрільці, кулеметники, мінометники, снайпери, медики та ін. Молоді дівчата які щойно закінчили школу або вступили до вишів, усіляко допомагають військовим, вони є розвідниками, волонтерками або служать у лавах ЗСУ. До військовослужбовиць товариші по службі ставляться необ'єктивно, для жінок військовослужбовиць декретна відпустка відсутня. У плані побуту армія також досі орієнтована більше на чоловіків. Жінки носять ту саму форму, що й чоловіки, а це не дуже зручно, знайти берці маленького розміру є справжнім викликом, до того ж жінок не забезпечують окремою білизною та термобілизною. Поки-що реальні потреби, на місцях, часто закривають волонтери та профільні благодійні фонди.

За даними ООН, жінки на війні — одна з найбільших вразливих груп, вони становлять 54 % людей, яким потрібна допомога через війну. Це стосується і цивільних, і військових жінок. Насамперед ідеться про полон. У середині березня 2022 р. росіяни взяли в полон волонтерку і військову медикину Юлію «Тайру» Паєвську. Жінка провела в полоні понад три місяці. Російська пропаганда створила навколо Тайри потужний пропагандистський міф, змальовуючи її як нацистку й убивцю, яка безжално вбивала дітей і жінок. Після повернення 15 українських жінок з полону Ірина Верещук озвучила цифру, скільки українських військовослужбовиць на той момент ще перебували в полоні близько 500 осіб. Скількох жінок утримують у полоні тепер, ми не знаємо.

В Україні на фронті загинула 101 жінка-військовослужбовиця, 50 вважаються зниклими безвісті, а 100 отримали поранення, і ще дуже багато жінок знаходяться в полоні серед них як військові так і цивільні.

В історії України відомо лише три жінки-генералки. У 2018 році першою україною, яка отримала звання генерал-майора медичної служби, стала начальник Військово-медичного управління СБУ Людмила Шугалей. У 2020 році Володимир

Зеленський присвоїв звання генерал-майора працівниці СБУ Юлії Лапутиній, а 2021-го в ЗСУ з'явилася перша жінка бригадна генералка – командувачка Медичних сил Збройних Сил України Тетяна Остащенко.

Жінки-цивільні, особливо в районах де ведуться активні бойові дії, переживають низку проблем. Внутрішні переселенки часто залишаються наодинці з повним піклуванням про дітей не завжди у нормальних умовах та іншими видами дискримінації біженців, такими як відсутність пристосування для людей з інвалідністю, та звинувачень до прикладу щоб і жінки зі сходу України підтримують просепаратистські настрої. Жінки у містах які знаходяться під тимчасовою окупацією, ризикуючи власним життям, розвідують позиції ворога та всіляко допомагають нашим військовим.

Волонтерство відіграє одну з головних ролей у житті українських жінок. Жінки дуже активно допомагають пораненим бійцям у госпіталах. Піклуються, щоб воїни не відчували себе покинутими та допомагають у повсякденних клопотах. Домашня їжа, одяг, ліки, привезені телевізори, святкові столи, подарунки під Новий рік – це лише декілька штрихів з усього спектру допомоги.

Та чи не найголовніше постійне спілкування із захисниками України надає героям, які є тимчасово прикутими до ліжка, бадьорості духу та віри у те що все буде добре. Волонтерки виготовляють окопні свічки, шиють одяг для наших військових, в'яжуть теплі шкарпетки, роблять обереги, закупають продукти та готують їжу нашим захисникам на передові позиції.

Багато українок є журналістками, які висвітлюють події, ризикуючи власним життям, що відбуваються на передових позиціях, деокупованих селах та містах а також в цілому про війну, яку розпочала росія проти України. Вони пишуть статті та перекладають їх різними мовами щоб світ не забував що відбувається на території України й допомагав нам аж до самої перемоги.

Під час війни, важливою є діяльність лідерок місцевих громад. Попри військову загрозу, а не рідкозагрозу власному життю, жінки залишаються зі своїми громадами, приймають виклики воєнного часу на чолі військово-цивільних адміністрації, а також ведуть активну інформаційну діяльність. Попри труднощі та проблеми в операційній діяльності під час війни, в Україні залишаються та ведуть активну роботу національні та місцеві жіночі організації та ініціативи. Багаторічна діяльність жіночих організацій допомагає їм зараз знайти своє місце та найкращу ділянку спільного фронту, де їхні зусилля прицільно б'ють, вирішують конкретну проблему та наближають нашу перемогу.

Висновки. Отже, роль жінки у російсько-українській війні є досить вагомою. Жінок в армії стало суттєво більше, нарешті вони почали обіймати не тільки стереотипні «жіночі» посади, а й бойові. Жінки роблять великий внесок у нашу перемогу, завдяки тому що виконують багато як військових, так і цивільних ролей.

Література. 1. Як українські жінки-військові боронять нашу країну та рятують життя на передовій. <https://elle.ua/ludi/novosty/yak-ukrainski-zhinki-viyskovyi-boronyat-nashu-krainu-ta-ryatuyut-zhittya-na-peredoviy-10-vrazhayuchih-istoriy/>. 2. Війна жіночими очима. <https://www.mil.gov.ua/diyalnist/genderni-pitannya-u-sferi-bezpeki/vijna-zhinochima-ochima-12-istorij-zhinok-vijskovoslužhbovcziv-zsu-medikiv-dobrovolcziv.html>. 3. Жінки на війні. https://ukrainer.net/thread/vijna/yak-nemy/?gclid=EAIaIQobChMIncW1z_qm_QIVuEWRBR33jwFPEAAAYASAAEgLZ9_D_BwE.

7. Небесна Сотня - перші герої російсько-української війни

Елеонора Суперека, Надія Левицька
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна



Вступ. 21 листопада 2013 року Кабінетом Міністрів на чолі з Миколою Азаровим було проголошено призупинення підготовки до підписання угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Того ж дня у соціальній мережі Facebook журналіст Мустафа Найєм закликав людей збиратися під Монументом Незалежності. Пост стрімко поширився і на Майдан почали сходитися люди. Це стало початком Революції Гідності. Революції, у якій боролися споконвічне прагнення до свободи та шалена жорстокість. Ця свобода не далася легко. Багато найсміливіших синів та дочок пролили свою кров та поклали голови заради єдиної ідеї. Вони показали, що народ може все, якою б не була ціна. Загиблих у цій боротьбі називають «Небесна Сотня».

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних авторів, які вивчали дану тематику, статті науковців, інтернет-ресурси. Під час дослідження використано такі методи: історизму, теоретичного узагальнення, порівняння, загальнонауковий.

Результати. Починаючи з першого дня акції, між протестувальниками та міліцією(переважно спецпідрозділ «Беркут») виникали сутички. 29 листопада на саміті Східного партнерства у Вільнюсі президент України Віктор Янукович офіційно відмовився підписати Угоду про асоціацію з ЄС. Протестувальники були неймовірно обурені рішенням президента та висунули вимогу його відставки. У ніч з 29 на 30 листопада «Беркутом» відбулася масштабна «зачистка» протестувальників. Сотні з них отримали важкі травми, були заарештовані. Деякі, тікаючи, змогли сховатися на території Михайлівського Золотоверхого собору. Вдень на Михайлівській площі зібралося понад 40 тисяч осіб. Ціллю людей стало «скинути» владу. Вони зрозуміли, що якщо сьогодні побили студентів, завтра можуть побити усіх. Із 1 по 8 грудня кількість протестуючих з початку акції сягнула свого апогею, налічуючи близько одного мільйона осіб. Шлях мітингувальників, які згодом зайняли Майдан Незалежності, Хрещатик, приміщення Київської міської державної адміністрації та Будинок профспілок, було названо «Марш Мільйонів». Протестувальники зазнавали насилля з боку «Беркуту», але не здавалися. Вони будували барикади та вчилися захищатися. Учасники розповідають: «Майдан навчив нас самоорганізації – там всі знали, що вони роблять і для чого». Сформувався також Автомайдан –

протестувальники на автомобілях, що в свою чергу слугували зовнішньою «кавалерією» Євромайдану. 22 грудня від побиття помер Мазуренко Павло Анатолійович.

16 січня Верховна Рада України ухвалила «Закони про диктатуру». Ними влада мала на меті криміналізувати дії протестувальників. На цьому етапі у народі увірвався терпець і вони почали атакувати «Беркут». Це відбувалося на вулиці Грушевського, де положення мітингувальників було дуже не вигідним. Біля стадіону «Динамо» майданівців атакували світло-шумовими гранатами, сльозогінним газом, гумовими кулями та водометами. Згодом на бік «Беркута» досиділися «Тітушки» – найманці, серед яких більшість складала кримінальні елементи, що мали проросійські, сепаратистські погляди та протестували проти Євромайдану за гроші. Але дуже скоро гумові кулі перетворилися на справжні. Люди гинули від побиття, пуль, підпалу, ДТП. Антимайданівці підлаштовували вбивства як самогубства, викрадали людей та спеціально влаштовували акти насилля, що призводили до смерті протестувальників навіть поза зони подій.

22 січня «Беркут» вбили Вербицького Юрія Тарасовича, Живневського Михайла Михайловича та Нігояна Сергія Гагіковича. Жертви не припинялися, та вже з 18 лютого оскаженілий «Беркут» за підтримки тітушок почав масове вбивство активістів.

20 лютого лідери опозиції відправилися на переговори з Віктором Януковичем, результатом яких став проєкт «Мирна угода». Того ж дня Збройні сили Російської Федерації, незаконно проникли на територію Автономної Республіки Крим, з метою окупувати острів. 21 лютого лідери опозиції та Янукович підписали угоду щодо повернення до Конституції 2004 року. Невдовзі Янукович покинув Україну. 23 лютого 2014 року у Севастополі відбувся 20-тисячний сепаратистський мітинг, де оголосили міським головою росіянина Олексія Чалого. У Севастополі проводилися мітинги кримськими татарами, вимагаючи залишити Крим у складі України. 27 лютого будівлі уряду та парламенту Криму захопили російські війська, так звані «зелені чоловічки». Незважаючи на очевидну присутність російських військ на півострові, їхня влада заперечувала своє втручання. 1 березня самопроголошений голова Ради міністрів АР Крим Сергій Аксьонов звернувся до президента Росії із закликом до «забезпечення миру та спокою» на півострові. Революція Гідності перетворилася у чергову боротьбу українського народу за волю та незалежність. Вона триває досі.

Висновки. Протягом всієї історії українського народу ми завжди прагнули до єдиного: свободи. Небесна Сотня – герої, що відмовилися від поневолення споконвічним ворогом, обираючи свій шлях. Шлях світлого майбутнього, де діти не знають насилля, болю та війни. Ці люди довели, що немає нічого неможливого. Віра, сміливість, бажання та любов – ось, що керувало ними. Країна починається з кожного із нас. Російсько-українська війна – це війна за виживання нації, за право відмовитися від рабства та збереження свого, рідного, де ніхто чужий не каже як нам жити.

Література. 1. Щербак, В. Мій Майдан : революція гідності, листопад 2013–лютий 2014 / В. Щербак. – Київ : ЗНУА, 2015. – 270 с. 2. Революція Гідності 2013-2014 рр. та агресія Росії проти України : наук.-метод. матеріали / Володимир Головка, Олександр Палій, Оксана Черевко, Сергій Янішевський. – Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 34 с. URL: <https://nebesnasotnya.com>

8. Кібервійна, як складова україно-російської війни 2022 р.

Андрій Позейчук, Олена Пивоваренко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Україно-російська війна перша в історії людства повномасштабна війна, що відбувається не лише на реальних полях битв, а й в кіберпросторі. Кібервійна - це використання комп'ютерних систем і мереж для здійснення військових дій. Це може включати в себе використання комп'ютерних програм, вірусів, хакерських атак та інших технічних методів для викрадення або знищення важливої інформації, порушення функціонування інфраструктури, як-от електроенергетика, транспорт, медичні системи, телекомунікації та інші.

Матеріали і методи. Використані методи аналізу та синтезу матеріалу, історико-хронологічний, порівняльно-синтетичний, аналітичний.

Результати. Україна стала мішенню активних кібератак з моменту анексії Криму Росією в 2014 р. А після повномасштабного вторгнення кількість DDoS-атак збільшилась. Кібератаки завжди передують ракетним ударам. Основними мішенями стають медіа, центри зв'язку та інституції, які допомагають Україні. Так, після кібератаки на львівську мерію 13 травня, частина робочих файлів міста була викрадена, а вже 15 травня рашисти завдали ракетної атаки по Яворівському полігону у Львівській області. Конвенційні та кібератаки часто збігаються географічно, щоби посилити паніку та дискредитувати українські владні інституції. Основною мішенню для атак були, є та будуть силові структури України, однак страждають і цивільні українські стратегічні підприємства, не менше – приватні особи. Кібератаки також спрямовані на важливі об'єкти за межами України.

Про взаємозв'язок кібератак і ракетних ударів свідчать комплексні дії російських айтішників проти українських телекомпаній, що запустили в їх кіберпростір шкідливе програмне забезпечення DesertBlade, що порушило роботу і сприяло витоку даних і одразу ж по тому відбулась успішна ракетна атака по телевежі у Києві. Ще чіткіше цей взаємозв'язок щодо української енергосистеми: серія кібератак стабільно передують ракетним ударам.

Через три дні після початку війни, кібератаки на державно-військовий сектор України зросли на 196% порівняно з періодом до війни. Рекордом росіян стали 275 DDoS-атак на день. Та кількість атак, які росіяни отримують у відповідь від українців значно більша. Протягом 2022 р. українська кіберармія здійснила понад мільйон DDos-атак на інфраструктуру росіян. Її найбільша хакерська атака тривала 29 днів! Найвідоміша група хактивістів Anonymous. Загалом у 2022 р. зафіксовано 1 255 573 DDoS-атак на об'єкти російської інфраструктури. Але кібервійну координують держструктури: Команда реагування на комп'ютерні надзвичайні події України (CERT-UA) – спеціалізований структурний підрозділ Державного центру кіберзахисту Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України; Національний координаційний центр кібербезпеки. З міжнародних організацій суттєва допомога була надана центром розвідки загроз Microsoft (MSTIC).

Висновки. Отже, ми фактично вже ведемо першу у світі кібервійну. Воєнні дії й у кіберпросторі, який вже визнаний у країнах НАТО та Україні окремим простором ведення бойових дій. І що більш цифровізованим стає світ, то смертоноснішими можуть бути кібератаки. Тому ворог застосовує терор в усіх можливих сферах. Однак і українські кібервійська накопичили унікальний досвід, що потребуватиме аналізу фахівців різних наук.

9. Помаранчева революція

Катерина Шевцова, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Українська незалежність та свобода – болюче питання для кожного з нас сьогодні. Ми знову щодня боремось за неї, але будуючи нову історію не можна забувати про те, що було раніше. Свою силу і незламність українці доводять знов і знов. Одним із таких проявів «характеру» українців була помаранчева революція.

Матеріали і методи. Для вивчення даних про Помаранчеву революцію було використано історичні дані, свідчення очевидців, історична література, праці В. Смоля, А. Боряка, відео-фрагменти із тогочасними подіями.

Результати. Помаранчева революція – кампанія протестів в Україні, яка відбулася через два дні після другого туру президентських виборів. Передумовою була фальсифікація цих самих виборів, за результатами, яких діючим президентом став Віктор Янукович. Основною базою опозиції стали західні і центральні області країни, у той час як новообраного президента підтримав Український Схід.

Основною ареною невдоволення став Майдан Незалежності, де зібралося, за різними оцінками, від 100 до 500 протестуючих. Згодом протести розвернулися перед будинками Адміністрації Президента, Верховної Ради, уряду, а й також в ряді обласних центрів. Відмітним знаком демонстрантів став помаранчевий колір – колір передвиборної кампанії Ющенка. Міська влада деяких міст відмовилася визнавати ці вибори офіційними. Згодом Верховний Суд України визнав результати виборів недійсними і оголосив недовіру ЦВК. Було проведено ще одне голосування, за результатами якої переміг Віктор Ющенко. Помаранчева революція є частиною популярної хвилі демократизації у Східній Європі. Політична нестабільність в Україні після революції виникла в результаті боротьби за владу між політичними групами, які пропагували ідеї революції і демократичних перетворень.

«Помаранчева коаліція», що прийшла до влади після революції, але згодом розпалася, складалася з чотирьох основних політичних угруповань: партія «Наша Україна» (за підтримки Ющенка), Блок Юлії Тимошенко, Соціалістична партія (на чолі з Олександром Морозом) та Партією промисловців і підприємців України (на чолі з Анатолієм Кінахом). Відразу після президентських виборів Ющенко сформував уряд помаранчевої коаліції, призначивши представників чотирьох політичних груп. Проте всі чотири негайно висловили невдоволення пропорційним значенням своїх міністерських повноважень. Зусилля Президента щодо посередництва і возз'єднання коаліційного уряду були невдалими. Як наслідок, уряд Ющенка був звільнений після семи місяців роботи. Таку політичну нестабільність не можливо було ігнорувати. Незважаючи на те, що новий український уряд забезпечив стійкий потік реформ, орієнтований на інтеграцію в НАТО, виникли внутрішні політичні протиріччя, що знівельовало здобутки революції.

Висновки. Шлях до незалежності нашої країни був складним, утримання статусу незалежної держави ще важче, особливо коли до влади хочуть прийти люди з мотивами проти цієї самої незалежності. Та наші люди незламні, доводили і будуть доводити, що апарат влади це не просто привілейована ланка суспільства, а люди, які повинні обслуговувати народ і покращувати стан його життя, адже саме народ у нас в країні є головною рушійною силою, і останнє слово за кожним із нас.

Література. 1. Кульчицький С. Помаранчева революція. К.: Генеза, 2005. 180 с.

10. Український національно-визвольний рух: історія та сучасність

Юрій Якимчук, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання періодизації національно-визвольної боротьби українського народу, прагненням і метою якої було здобуття та утвердження власної державності, у вітчизняній історіографії має кілька основних схем, моделей та періодизацій. Саме цьому аспекту присвячена дана розвідка.

Матеріали і методи. Для вивчення Українського національно-визвольного руху історії та сучасності були використані історичні матеріали, дані археологічних досліджень та архівів, аналіз різноманітної літератури в паперовому варіанті для з'ясування основних питань.

Результати. Власне кожна доба має окремі періоди та етапи, свої узагальнюючі риси та світоглядні уявлення, історичні обставини та способи боротьби, певні здобутки й втрати, рушійні сили та покоління адептів-ідеологів і провідників. Складовими періодів та етапів є багатогранні причинно-наслідкові характеристики, кожен з яких висунув на історичну арену різного роду та різних за величиною думки та справ діячів, ідеологів, мислителів. Часи злетів і падінь, перемог і поразок були об'єднані єдиним спільним прагненням народу до здобуття, збереження і розквіту власної державності та забезпечення права на свободу думки людини й права на національно-державне самовизначення. Для розуміння витоків українського національного руху надзвичайно важливим є те, що російський царизм наприкінці XVIII ст. завдав удару одночасно і по правах українського дворянства, знищивши політичні свободи України, і по правах українських селян, у яких відібрали землю, а самих перетворили на кріпаків. Ця нова тактика самодержавства дуже відрізнялася від тактики російських самодержців початку XVIII ст. Активний розвиток національного руху розпочався після ліквідації Катериною II автономії України, яка породила в українському суспільстві постійне прагнення відновити цю автономію. Маючи автономний статус України, передові діячі могли сподіватися на створення у майбутньому суверенної держави - України, а втрати автономії означала поступову асиміляцію населення, втрату ним своєї самобутньої культури і мови. Третій, і ключовий, етап Української національно-визвольної є революція 1917 р., яка розпочалася проголошенням III Універсалом, утворення Української Народної Республіки, що де-факто й стало логічним результатом революційних національних прагнень і боротьби українців, здійсненням їхнього віковичного прагнення відновити власну національну державу!

Висновки. Український національний рух постійно еволюціонував від простіших до складніших форм, включався в європейські дискусії, модернізувався. За для збереження єдності йому доводилося постійно вдосконалювати свою національну програму та відбивати атаки. Центральним його завданням стало створення такої програми та світогляду, які б дозволяли органічно поєднати в одне ціле національне і соціальне питання.

Література. 1. Українська суспільно-політична думка в XX столітті / Упор. Т. Гунак, Р. Сольбаник. [Б.м.] Сучасність. Т. 1. 1983. С. 114. 510 с. 2. Винниченко В. Відродження нації. К., 1990. Т. 1. С. 178. 3. Бойко О.Д. Історія України: Посібник. К.:«Академія», 2018. 720с.

11. Заснування Києва

Микола Марчук, Анна Ящук, Світлана Буравченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Київ є одним з найдавніших і найбільших міст України з історією понад 1 500 років. Через безліч історичних подій, війн та повстань, Київ зазнав багатьох змін, що вплинули на його сучасний вигляд. Історія створення Києва залишається маловивченим, але в цьому дослідженні ми спробуємо розглянути різні точки зору та дійти висновків на основі матеріалів та методів.

Матеріали та методи. У цьому дослідженні ми залучили документальні джерела, археологічні дослідження та історичні дослідження, щоб зробити висновки про історію створення Києва. Ми також переглянули наукові статті та книги про історію Києва та створення міста.

Результати. Існує кілька теорій щодо походження Києва. Одна з них стверджує, що поселення на березі Дніпра заснував князь Кий у 482 році. Інша теорія вказує на те, що поселення було засноване давніми слов'янами близько 1 500 років тому. Третя теорія пов'язує заснування Києва з Хрещенням Русі, коли князь Володимир Хреститель зробив його своєю столицею в 988 році. Археологічні дослідження підтверджують, що перше поселення на території Києва було засноване в бронзовому віці, а на початку 1 тисячоліття нашої ери на території міста було побудовано кілька укріплень для захисту від нападів. Князь Кий обрав місце на пагорбі біля Дніпра для свого поселення, яке за легендою назвав на честь себе "Киевом". У середині 9 століття Київ став столицею Київської Русі і розвивався як політичний і культурний центр. У середні віки місто стало одним з найбільших у Європі з населенням близько 50 000 чоловік та розвиватися та ставати ще більшим та важливішим центром на території Русі. У 1240 році Київ був захоплений монголами, а в наступні століття місто декілька разів зазнавало нападів та руйнувань.

Після відновлення Києва після руйнувань від монгольських нападів, місто знову стало важливим культурним та політичним центром на території України та Росії. У 17 столітті Київ став столицею Козацької Гетьманщини, а в 19 столітті місто стало одним з центрів української національної культури та інтелектуального життя.

Після створення УРСР місто Київ скоро став столицею республіки. У 1934 році отримав статус республіканського значення. Після отримання Україною незалежності в 1991 році, Київ став столицею незалежної України. Сьогодні це велике місто з населенням понад 5 мільйонів людей, важливий культурний, економічний та політичний центр країни, а також популярний туристичний напрямок.

Висновки. Київ - важливе історичне місто, яке було центром культурного та духовного життя Русі. Його зручне розташування на березі Дніпра забезпечувало високий ступінь захисту від ворогів. Сьогодні місто є столицею України та має величезний історичний та культурний потенціал.

Література. 1. Грушевський М. С. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ-РУСИ. Т. 1. К., 1994. 2. Толочко П. П. Кочевые народы степей и КИЕВСКАЯ РУСЬ. К., 2000. 3. Пріцак Омелян. Походження Русі. Т. 1. Київ. 1997.

12. «Золоті ворота». Історична пам'ятка України – мистецтво, історія, сьогодення

Іванюшева Софія, Буравченкова Світлана

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Золоті ворота – визначна пам'ятка оборонної та сакральної архітектури Київської Русі, що розташована в історичному центрі Києва, неподалік від Софійського собору. Золоті ворота належать до найдавніших споруд Східної Європи. Золоті ворота являли собою бойову вежу із проїздом, яку вінчала надбрамна церква Благовіщення. Тип будівлі, що поєднує у собі ворота й храм, цілком імовірно, запозичений з Візантії.

Матеріали і методи. При підготовці матеріалів тез конференції використана сукупність методів: порівняльний метод, аналітичний метод дослідження.

Результати. Вперше Золоті ворота згадуються в "Повісті минулих літ" під 1037 в оповіді про будівничу діяльність великого князя Ярослава Мудрого. До середини 18 ст. Золоті ворота функціонували як головна брама міста. Тут знаходилася міська варта, збиралося мито. Золоті ворота мали фундаменти в 1,4 м, які були закладені на колодах-лежнях, а дно фундаментної траншеї було зміцнено кілочками. Стіни викладено за змішаною технікою кладки із заглибленим рядом. Всередині проїзду зафіксовано прикладки від ремонту 2-ї половини 11 ст. з більш товстої плінфи та валунів середнього розміру на цем'янковому розчині. Зверху вони прикривалися двосхилим дахом, який захищав воїнів від стріл та каменів. Усередині проїзду пілони мали пілястри, на яких частково збереглися сліди п'яти підпружних арок, що тримали склепіння. Гнізда від колод у пілонах також вказують на наявність дерев'яних галерей. У давнину, успадковуючи візантійську традицію, на брамах розміщували священні зображення. Можливо, на фасаді Золотих воріт було розміщено фрескове або мозаїчне зображення Богоматері. Про нього згадує літопис, розповідаючи про воєнні дії 1151 року.

Після 1240 року згадки про Золоті ворота надовго зникають із писемних джерел, тому невідомо, в якому стані перебувала брама після монгольської навали. Споруда дедалі більше руйнувалася, ставала небезпечною для сторожі, прибулих до міста і перехожих. Після обстеження воріт у 1750 році Данило Дебоскет дійшов висновку, що вони не підлягають ремонту.

У жовтні 1977 року Рада Міністрів УРСР прийняла постанову за № 549 про відбудову Золотих воріт. У збудованому павільйоні відтворено відрізки валів, що примикали до башти. З боку поля вони мають обдерновані укуси, з боку міста – ступінчасті тераси. Всередині відновлених відрізків валів містяться сходи, що ведуть на гребінь валу до церкви Благовіщення. У 1983 році павільйон-реконструкція "Золоті ворота" став музеєм. Він входить до складу Національного заповідника "Софія Київська". Всередині реконструйованого павільйону Золотих Воріт розташовано експозицію присвячену історії будівництва, існування та реконструкції головної брами стародавнього Києва. Найголовнішою частиною її є залишки стін Воріт, що збереглися до нашого часу.

Висновки. Золоті ворота є рідкісною історичною пам'яткою архітектури Давньої Русі, і саме завдяки їх збереженню, кожен може поринути у історію та дух тих часів.

Література. 1. Івакін Г.Ю. ЗОЛОТІ ВОРОТА в Києві // Енциклопедія історії України: Т. 3: Е-Й / 2. Добровольський Л. Київські укріплення і Золоті ворота. т. 21. К., 1926.

13. Шістдесятники: маловідоме про відоме

Анастасія Засць, Артем Курас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Шістдесятники – опозиційний рух творчої молоді, що сповідувала нові, відмінні від офіційної комуністичної ідеології думки й прагнула оновлення радянського режиму шляхом реформ...

Матеріали і методи. У роботі використано сукупність наступних матеріалів та методів: статті про найяскравіших і маловідомих представників шістдесятництва, книги про шістдесятників, залучено порівняльний метод та метод аналогії для дослідження запропонованої теми.

Результати. У період «відлиги» під впливом лібералізації суспільного життя серед інтелігенції з'явилася творча молодь, яка прагнула вийти за межі соціалістичного реалізму. Відображенням цього став рух шістдесятників. Критичне ставлення до дійсності, притаманне шістдесятникам, формувалося під впливом гуманістичних цінностей західної культури, які в умовах лібералізації радянського режиму проникали в Україну.

В. Стус, який мужньо і до кінця відстоював інтереси творчих та й взагалі всіх українців, за що і поплатився власним життям, який одним із перших не побоявся піти проти радянської системи і 1965 р на прем'єрі фільму С.Параджанова «Тіні забутих предків» вистрибнув з палкою фразою «Всі хто проти терору і репресій встаньте». І.Світличний, який став одним із перших кого ув'язнила радянська влада та квартира якого з 1960 р була осередком багатьох зборів шістдесятників.

В. Симоненко - поет, який і до сьогодні являється ідеалом справжнього чоловіка багатьох українських дівчат і історія смерті внаслідок побиття у надзвичайно молодому віці якого, ранить в саме серце.Л. Костенко- представниця прекрасної половини людства, яка і до сьогодні ошчасливило нас своїми поезіями, і яка показала, що українська жінка не менш мужня ніж будь-який чоловік і теж може дати суворий відсіч, здавалося б, такій непереможній силі, як «соціалістичний реалізм».

Усі ці письменники-шістдесятники нам добре відомі, про них чув кожен українець, але не письменниками єдиними славилися українське шістдесятництво. Михайлина Коцюбинська- українська літературознавиця, перекладачка та мега розумна жінка, Алла Горська – українська художниця, подруга В. Стуса і В. Симоненка, жінка, яка, не зважаючи на батька з радянських верхівок, мужньо боролась проти радянського «режиму», за що і поплатилась власним життям, отримавши удар сокирою по потилиці. Юрій Іллєнко – надзвичайно талановитий український кінорежисер, Леонід Грабовський- композитор, який і до сьогодні тішить нас своїми витворами мистецтва, Мирослава Зваричевська- дисидентка та заслужений учитель України. Усі ці прекрасні люди теж є представниками плеяди творчої молоді періоду пізнього СРСР.

Висновки. Українське шістдесятництво - це багатогранна гілка молоді, яка зробила вагомий внесок у розвиток саме української культури. Українське шістдесятництво- це сотні молодих, амбітних, обдарованих людей, які належали багатьом сферам, але об'єднувались однією метою- вільність української культури.

Література. 1. Хрущовська «відлига» та рух шістдесятників. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/history/4743/>.

14. Форсування річки Дніпро у 1943-му році

Андрій Мишенський, Артем Курас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Битва за Дніпро – одна з наймасштабніших та найкривавіших битв у світовій історії, яка тривала з 24 серпня до 23 грудня 1943 року. У ній приймало участь близько 4-ох млн осіб з обох сторін.

Матеріали і методи. При підготовці матеріалів тез конференції використана сукупність методів: 1) Вивчення наукових джерел з даної теми; 2) Порівняльний метод дослідження; 3) Аналітичний метод дослідження.

Результати. Після поразки в Курській битві, німці втратили надію на перехоплення ініціативи на східному напрямку. Щоб сповільнити наступ Червоної армії, Гітлер наказав спорудити потужну лінію оборони, приділяючи увагу природним укріпленням, зокрема крутим схилам правого берега Дніпра.

Натомість Сталін вимагав повернення промислових регіонів України, оскільки там знаходилася велика кількість населення та запаси вугілля і металевих руд, які були важливими ресурсами для Радянської армії.

У серпні 1943 року Ставка Верховного Головнокомандування дала наказ 1-му Українському фронту, 2-му Українському фронту, 3-му Українському фронту, 4-му Українському фронту та 1-му Білоруському фронту звільнити лівобережну Україну та Донбас від фашистських загарбників та захопити плацдарми на правому березі Дніпра, щоб створити умови для проведення подальших наступальних операцій.

У ході Чернігівсько-Прип'ятської операції війська 1-го Білоруського фронту прорвали оборону ворога неподалік від міста Севськ. В кінці вересня Червона армія вийшла до річки Дніпро та захопила плацдарми на півночі та півдні. З 25 по 29 вересня війська 1-го та 2-го Українських фронтів подолали ворога на Лівобережній Україні та почали форсувати Дніпро, захопивши Букринський, Дерев'яний та Домотканівський плацдарми. Завершивши вигнання нацистів з території Донбасу, 3-ій та 4-ий Українські фронти зайняли плацдарми між Дніпропетровськом та Запоріжжям. На той момент лінія фронту сягала 700 км, від гирла річки Сож до Запоріжжя. У жовтні війська 1-го Українського фронту вели боротьбу, щоб розширити букринський та створили Лютицький плацдарми. З листопада почалася Київська наступальна операція. Радянські війська порвались крізь оборону німців та через 3 дні звільнили Київ. У листопаді-грудні 2-ий Український фронт розширював свої бойові позиції біля берегів Дніпра та звільнили місто Черкаси.

Висновки. Успішне форсування Дніпра призвело до повного визволення території сучасної України в листопаді 1944 р., знищення військово-технічного потенціалу гітлерівської Німеччини та її союзників, вихід з війни на боці Третього рейху королівської Румунії, відкрила дорогу подальшому звільненню країн Європи від нацистів.

Література. 1. Лисенко О.С. Друга світова війна // Український історичний журнал. 2004. №5. С. 3-16. 4. John Erickson, Barbarossa: The Axis and the Allies, Edinburgh University Press, 1994.

15. Моє рідне місто Дніпро: історія, культурне життя, люди

Єва Серенко, Артем Курас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Дніпропетровщина – неповторний регіон, в якому природні та людські ресурси відігравали, та відіграють величезну роль в історії України.

Матеріали і методи. В роботі використано сукупність наступних матеріалів та методів: енциклопедичні видання монографії, залучено емпіричний і порівняльний методи, наукові портали.

Результати. Дніпро має найдовшу набережну в Європі. Місто Катеринослав засноване на землях тільки-но знищеної Запорозької Січі у 1776 у пониззі річки Самари. Вже у 1787 перенесено на теперішнє місце на Дніпрі, поряд з козацькою слободою Половицею. В 1934-1940 роках в області будуються нові металургійні, гірничовидобувні, металообробні, машинобудівні та хімічні підприємства. Саме в цей час були створені майже всі провідні вузи області та матеріально-технічна база: інститут інженерів транспорту, металургійний, хіміко-технологічний, архітектурно-будівельний, а також Криворізький гірничорудний інститут.

Історія Дніпропетровщини зберігає багато пам'ятних дат і подій, пов'язаних із запорозьким козацтвом. Особливо багатий на пам'ятники козацтва Нікопольський район Дніпропетровської області. Наприклад, біля с. Капулівка, в кургані Сторожева Могила знаходиться поховання Івана Сірка (приблизно 1610-1680 рр.), кошового отамана Чортотлицької Січі. Степи Подніпров'я населяли так звані курганні народи – давньоарійські, іраномовні, а також тюрко- і монголомовні скотарсько-землеробські племена. На території краю виявлені тисячі курганів під насипами яких знаходяться давні поховання, що зберігають інформацію про матеріальну та духовну культуру народів, які населяли Степове Подніпров'я в давнину та середньовіччя. Степове Подніпров'я стало центром скіфської держави – «Великої Скіфії».

Відомі люди які народились або навчались у Дніпропетровську. Одна з найпопулярніших акторок радянського кінематографу, Лія Ахеджакова, народилася і перші роки свого життя провела у Дніпропетровську. Запам'яталася глядачеві за ролями у культових фільмах «Іронія долі чи з легкою парою», «Службовий роман». Леонід Кучма другий президент України якось сказав: «Я не політик, я – ракетник». Як ракетник Кучма сформувався саме у Дніпропетровську. Володимир **Зеленський**, м. Кривий ріг, Дніпропетровська область.

Висновки. Дніпро – місто контрастів, яке приховує багато секретів і загадок. Це космічна столиця колишнього Союзу, де виробляли ракети «Зеніт». Тут знаходиться найдовша в Європі набережна в 23 км і найбільший єврейський центр «Менора». Дніпровське метро – найкоротше у Європі, протяжністю всього 7,8 км.

Література. 1. Історія міст і сіл Української РСР: Дніпропетровська область. — Ін-т історії АН УРСР. Редкол.: Васильев І. В. (пред.) [и др.]. К.: Голов. ред. Української Рад. Енциклопедії, 1977. — 838 с. 2. Інформаційно-пізнавальний портал | Дніпропетровська область у складі УРСР. 3. <https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/dnipropetrovshina/istorichna-dovidka>. 4. <https://ukr-prokat.com/blog/nezvychajne-misto-dnipro.html>

16. Студентська революція на граніті

Стафєєв Максим, Пилипенко Олександр

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Історія боротьби молоді за власну державу є актуальною темою сьогодення, яку необхідно піднімати для підростаючого покоління та молоді. Сьогодні, коли Україна знову веде боротьбу за збереження власної незалежності, ми не можемо не згадати подій, які є знаковими в українській історії та стали початком краху комуністичного режиму і проголошення незалежності нашої держави у 1991 р.

Матеріали і методи. Майже кожен чув про цю революцію, але не знає, що це був перший успішний ненасильницький політичний протест проти чинної комуністичної влади в УРСР, який дав поштовх до демократизації українського суспільства та вагомий крок у боротьбі за незалежність України. Для дослідження цього матеріалу були використані наукові матеріали, архівні документи, історична хроніка, історичний та загальнонаукові методи дослідження.

Результати. «Народна рада» в українському парламенті прагнула розпочати передбачуваний радянськими конституціями процес виходу з СРСР. Натомість загальносоюзний центр на чолі з М. Горбачовим і російський лідер Б. Єльцин, борючись одне з одним за владу, були єдині в намаганні запобігти розпаду країни. Небажання Верховної Ради УРСР здійснювати задекларовані революційні перетворення спричинило протести в суспільстві. На початку жовтня 1990 р. в Києві розпочалося голодування студентів під політичними гаслами. Головними вимогами були: недопущення підписання нового союзного договору; перевибори Верховної Ради УРСР на багатопартійній основі не пізніше весни 1991 р.; повернення на територію УРСР українських солдатів, а також забезпечення проходження військової служби юнаками-українцями винятково на території республіки; націоналізація майна Компартії України та ЛКСМУ; відставка голови Ради Міністрів УРСР Віталія Масола. У наметовому містечку на площі Жовтневої революції (нині Майдан Незалежності) було до півсотні наметів. У голодуванні брали участь 158 студентів із Києва, Львова, Дніпра, Івано-Франківська та ін. міст. 11 жовтня у Києві відбулася 1000-тисячна демонстрація на підтримку студентів-голодувальників. Мітинги й демонстрації солідарності пройшли в Донецьку, Горлівці, Херсоні, Дніпрі, Тернополі, Рівному, Кременчуці. 17 жовтня Верховна Рада УРСР затвердила постанову, яка частково задовольнила вимоги протестувальників, після чого припинилося голодування студентської молоді. Однак ретельного результату, як виявилось, студенти досягли в одному пункті своїх вимог - кадровому. Голова уряду В. Масол був звільнений, на його місце призначили першого заступника - В. Фокіна.

Висновки. Головним стало те, що люди зрозуміли: за краще майбутнє потрібно боротися не лише словами, але й ділом. Революція на граніті стала переломним моментом в утвердженні незалежності України, а молоде покоління вже на початку 90-х років засвідчило своє бажання і відстояло право жити у вільній демократичній державі. Акції громадянської непокорі, які охопили Україну в жовтні 1990 року, заклали традиції, які продовжили Помаранчева революція та Революція Гідності.

Література. 1. Історія України: комплексне видання за ред. В.С. Власов, С.В. Кульчицький, О.Є. Панарін. Київ, 2021. 512 с. 2. «Революція на граніті». Хроніка студентського протесту на Майдані. URL: <https://suspilne.media/67513-30-ta-ricnica-revolucii-na-graniti-hronika/>. 3. Революція на граніті 1990 року. 40 архівних фото. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30869089.html>

17. Трудова еміграція на західноукраїнських землях кінця XIX - початку XX століття

Олександра Завгородська, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В історії нашої держави є багато маловідомих тем минулих часів. Однією з важливих тем соціально-демографічних процесів та вагомим індикатором соціально-економічного розвитку регіонів є міграції населення на рубежі кінця XIX- початку XX століття. Міграційні процеси, якщо вони мають добровільний характер, формуються передусім під дією економічного чинника і сприяють переміщенню населення і робочої сили із країн (регіонів) з гіршою соціально-економічною ситуацією до країн (регіонів), у яких умови життя, зайнятості та заробітку є кращими.

Матеріали і методи. Так як на той час більша частина українського населення яке було в складі Російської імперії емігрувала до західноукраїнських земель, мала значний вплив на формування нац. свідомості та становлення політичного українства. Для вивчення теми про еміграцію на західноукраїнських землях були використані історичні джерела, матеріали, архіви. Також були використані книги різних років, задля більш достовірної і сучасної інформації.

Результати. «Еміграція - наслідок зубожіння, пролетаризації народу. Це не теза, не догма, а факт, стверджений усіма кореспондентами, навіть такими, які в іншому випадку будуть уперто доводити, що «соціальне питання не має в нас жодного ґрунту». В історії це називають першою хвилею українського переселення. Цю першу хвилю еміграції спричинили як і аграрна перенаселеність українських територій, так і утиски: економічні, соціальні, політичні, — і національний гніт з боку австро-угорської і російської імперій. Нащадки цієї хвилі еміграції зараз у шостому-сьомому поколіннях і більш схильні звати себе українцями за походженням — радше ніж емігрантами у країнах проживання. Відомо, що у 1891–1901 рр. зі Східної Галичини емігрували до Канади і США 78 тисяч українців. У 1901–1911 рр. виїхало 224 тисяч чоловік. Таким чином, на початку XX століття лише зі Східної Галичини емігрувало понад 302 тисячі українців. Наприкінці 19 століття еміграційний синдикат, створений канадським урядом, відправив на територію Західної України понад 6 тисяч вербувальників. Головною причиною еміграції було саме економічне становище селянства. Еміграцію селян з Галичини толерувала російська влада, головним приводом було значна різниця в цінах на землю у галицьких селах і в прикордонних російських губерніях. Емігрує виключно сільський пролетаріат не тому, що він повинен жити тільки з того, що заробить, а тому, що не має заробітку. Наприклад, на Поділлі, де має місце еміграція до Російської імперії, заробіток селянина не перевищує 20-25 центів денно. Заробітків на фабриках немає, бо й фабрик на західноєвропейській взірць теж немає, немає тут і значних міст, які могли б поглинути сільський пролетаріат.

Висновки. Для значної частини населення України зовнішні трудові міграції стали основним засобом забезпечення прийняттого рівня життя. Серед причин, що зумовлюють їх розвиток є низький рівень оплати праці, недостатня кількість робочих місць і обмеженні можливості працевлаштування, особливо у сільських місцевостях.

Література. 1. Інститут Демографії та соціальних досліджень ім. М.В.Птухи НА Н України. 2. Кузеля З. Причинки до студій над нашою еміграцією / Наукові праці "ЗНТШ", 1911, т. 101, т. 105; 1912, т. 107. 3. Мудрий В. Нова українська еміграція та організація таборового життя / Наукові праці ЗНТШ, 1911, т. 101, т. 105; 1912, Т. 107.

18. Українське національне відродження та державотворчі процеси Новітньої доби (XIX- поч. XX ст.)

Вікторія Ревун, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Праця присвячена висвітленню таких проблем: історія виникнення Українського національного відродження, становлення процесу українського національного відродження, розгортання українського національного відродження у другій половині XIX ст., Громадівський рух, політизація суспільного та національного руху наприкінці XIX-на початку XX ст.

Матеріали і методи. Для вивчення українського національного відродження були використані історичні матеріали, дані археологічних досліджень та архівів. Українське національне відродження - соціальний та політичний рух започаткований на території Російської та Австро-Угорської імперій, що виступав за національно-культурне відродження й становлення української нації.

Результати. Політика Російської імперії щодо України викликала активізацію українського національного руху, який історики називають українським національним відродженням та поділяють на три етапи. Перший етап - Фольклорно- етнографічний (романтичний) тривав упродовж 1830-х-1850-х років і був характерним збиранням та публікацією народних пісень, вивченням історії, звичаїв, мови свого народу. Другий етап - академічний або українофільський - розпочався у 1860-х рр. і завершився наприкінці XIX ст. Основний його зміст - збереження та примноження надбань української культури, боротьба за розширення сфери вживання рідної мови, поширення літературних і наукових творів, написаних українською мовою. Третій етап - політичний тривав з кінця XIX ст. до 1917 р. У цей період утворюються політичні організації, які намітили за мету здобуття автономії або незалежності України.

Соціальною основою національного відродження було українське селянство, яке зберегло українську мову, звичаї і традиції, але його рушійною силою стали патріотично налаштовані представники української інтелігенції (люди інтелектуальної праці). Перше покоління української інтелігенції складалося переважно з частини дворян, вихідців зі старої козацької старшини, синів священників, міщан і козаків. Українське національне відродження розпочалося в Лівобережній Україні й на Слобожанщині - у регіонах, де найкраще збереглася пам'ять про козацьке самоврядування та Гетьманщину. Із відкриттям у 1834 р. Київського університету центр українського національного руху перемістився до Києва. Українське національне відродження спиралося на традиції української державності та українську культуру.

Висновки. Отже, на межі XIX – XX ст. національний рух на всій території України виразно політизувався. Керівництво ним перебрали на себе новоутворені політичні партії, програми яких передбачали докорінні зміни соціально-економічного і політичного ладу, повну ліквідацію національного поневолення України чужоземними імперіями, впровадження цивілізованих основ суспільно-політичного життя українського народу на демократичних засадах автономії або незалежності.

Література. 1. Портнов А. Омелян Прицак - історик модерної України // Україна модерна. Стандарти науки і академічне середовище. 2007. №7. С.141. 2. Грицак Я. Нариси з історії України. Формування української модерної нації XIX -XX століття. Вид. 2. К.: Генеза, 2000. 136 с.

19. Карпатська Україна

Михайло Познякевич, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Карпатська Україна – доленосна подія в житті всього українського народу. Невеликому Закарпатському краю судилось відіграти вагомий роль в історії українського державотворення. Навіть короткотривале існування цієї держави стало символом національних прагнень всього українського народу.

Матеріали і методи. Для вивчення про Карпатську Україну та про її державотворення були використані історичні матеріали, дані досліджень та архівів. Під час утворення Карпатської України відбулися певні події, а також вчинки окремих людей можуть переважити навіть наступ багаточисельної армії і вдихнути нове життя в національну ідею. Таким видається постановня Карпатської України, яка заявила на весь світ про наміри українців жити у самостійній соборній державі.

Результати. Створення Карпатської України в 1938–1939 рр. збіглося з гострою політичною кризою в Центральній Європі напередодні Другої світової війни. Закономірно, що суспільно-політичні процеси, які відбувалися в Європі взагалі та в Чехословаччині зокрема, складовою частиною якої з 1919 р. було Закарпаття, наклали свій відбиток на події у краї. Його доля розглядалася на Мюнхенській нараді чотирьох держав Європи, що визначила долю Чехословаччини. 5 жовтня 1938 р. подав у відставку президент ЧСР Е. Бенеш. Цим скористалися українські автономісти, проголосивши 11 жовтня автономію Підкарпатської Русі. Тоді ж було створено перший український уряд Карпатської України на чолі з А. Бродієм. Однак новопосталий уряд через свою проугорську політику викликав незадоволення представників українського народу.

26 жовтня 1938 р. А. Бродія усунуто з посади голови уряду і новим прем'єр-міністром Карпатської України обрано Августина Волошина. За короткий час свого існування уряд Волошина намагався вирішити ряд важливих соціально-економічних і культурних питань. Почалося й формування збройних сил Карпатської України – «Карпатської Січі». Водночас, така активізація політичного життя в Закарпатті викликала занепокоєння в сусідніх державах, особливо в Угорщині.

У таких складних зовнішньо-політичних умовах відбулась важлива подія в історії Закарпатського краю – проголошення незалежності Карпатської України на засіданні Сойму 15 березня 1939 р. Першим Президентом незалежної Карпатської України став Августин Волошин, прем'єр-міністром – Юліан Ревай. Сойм визнав державною мовою українську, затвердив державний гімн й державний прапор із синього та жовтого кольорів. Того ж дня Угорщина вступила на територію щойно проголошеної незалежної держави. Сили були нерівні, невелика кількість січовиків і загонів самооборони не могли протистояти регулярним угорськими військам. Закарпаття знову стало розмінною монетою у планах великих держав.

Висновки. Карпатська Україна як держава проіснувала недовго, проте заявила світові про волелюбність українського народу, залишила свій слід в українській історії. Підтвердила, що Закарпаття є українською землею, а українці цього краю – невід'ємною частиною великої української нації.

Література. 1. Український інститут національної пам'яті. <https://old.uinp.gov.ua/publication/karpatska-ukraina>). 2. Спец проект EDERA та Освіторії, Історія України в історіях. URL: Спецпроект «Історія України в історіях». URL: ed-era.com.

20. Нюрнберзький процес очима Юрія Яновського

Анна Мальована, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. 1 жовтня 1946 року, в німецькому місті Нюрнберг Міжнародний військовий трибунал виголосив вирок керівництву нацистської Німеччини. Юрій Яновський наш український письменник мав змогу побувати на даному процесі якості військового кореспондента.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: порівняльного аналізу, узагальнення, історизму, об'єктивізму.

Результати. «Записна книжка №1» - це і є насичений малознаними фактами післявоєнних подій, особистого життя, творчості й мистецьких уподобань щоденник Юрія Яновського, який досі ще не був оприлюднений та введений у науковий обіг. Хоча, звісно, використовувався в ході написання ряду творів, зокрема, таких, як цикл нарисів «Листи з Нюрнбергу». Читаючи написане українською, - з вкрапленнями російської, англійської, німецької та французьких мов, - неважко зрозуміти, що йдеться про цінне літературознавче та історичне джерело з історії Другої світової війни (1939-1945) та її наслідків. Ось лише невелика частина уривків з щоденника Нюрнберзького процесу, поданих курсивом, зі збереженням окремих особливостей написання. «Берлін. 21.XI.1945. Вперше в історії відбувається суд, який судить державу, а це раніше не практикувалося. І дійсно, людина, поки нападала на іншу людину, підлягала суду, а держава цього не боялася...». Про роль німців за кордоном напередодні війни: «...Хорові гуртки, фестивалі, спортивні товариства, ярмарки, - були маскою праці німців в Чехії. ...Дуже планомірна підготовка до того, щоб проковтнути Чехію. Як удав – спочатку геть обслинює жертву.. По Мюнхенській згоді 30 вересня 1938 р. Судетималимирним шляхом бути окуповані перейти до райху». 13 грудня Юрій Яновський записав про таке спостереження: «Присутні сидять і тримаються так, ніби знають, що першої-ліпшої години можуть встати і піти, звільнені своїми...». «Кажуть червоноармійці, що тут повно наших, які бояться повертатися додому. У Мюнхені навіть є театр і український хор. До нас настроєні недобррозичливо».

У нотатці від 25.XII.45, письменник дає цікаві спостереження про надзвичайно швидке відродження народного господарства Німеччини. «...Один власник заводу, який ми демонтуємо й вивозимо, просить це робити швидше і дати підписку, що більше не вивеземо. «Я через 2 місяці пущу завод!».

Завдяки щоденнику Юрія Яновського історики американського документального, художнього й анімаційного кіно можуть з цікавістю познайомитися не просто з репертуаром американських фільмів, які у 1945-1946 роках демонструвалися в Нюрнберзі, але й невимушеною оцінкою побаченого, виставленою колишнім художнім редактором «Голівуду на Чорному морі», тобто Одеської кінофабрики середини 20-х років минулого століття.

Висновки. Загалом «Записна книжка №1» є дуже цінним історичним артефактом, завдяки якому ми можемо не просто дізнатися про Нюрнберзький процес, а заглибитися, в кожную його деталь. Напередодні нового Нюрнбергу чи б пак Гааги над російським окупантом є над чим замислитися.

Література. Щоденник Ю. Яновського у Кіровоградському обласному Краєзнавчому музеї. URL: <https://zpu.kr.ua/shche/kolonky/17653Y>

21. Військове та світоглядне протистояння між Україною та Росією: нові виклики

Владислав Скопеч, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Історія України багата прикладами щодо складних «дружніх відносин» з Росією. Насамперед Україна увесь час вбачала Росію, як державного партнера, який міг би підтримувати та допомагати українцям. Але ми бачимо, що Росія лише маніпулювала та використовувала українську територію у своїх геополітичних планах. Тобто актуальність не викликала жодного сумніву, оскільки триває війна українського народу за незалежність нашої держави.

Матеріали і методи. Для дослідження даної тематики було використано офіційні джерела :наукові публікації та публіцистичний матеріал. Використані загальнонауковий, порівняльний та історичний методи дослідження.

Результати. Після смерті Богдана Хмельницького, розпочався поділ на тих хто виступав за Росію, а інші за Річ Посполиту. Зміст Березневих статей 1654р. є яскравим прикладом того, що Гетьманщина цілком підпорядковувалася Московії. А саме Гетьманська держава визнала протекторат Московського царства. Гетьмана обирає козацьке військо і обов'язково сповіщає про це царя. Коли закінчилася Російсько-турецька війна (1768—1774), яку Москві допомогли виграти запорожці, і козаки стали непотрібні. 23 квітня 1775 року на раді при імператорському дворі прийнято рішення про ліквідацію Січі. 16 червня 1775 року російськими військами було повністю зруйновано Січ, а все майно та козацькі архіви було вивезено до Петербурга. Промисловий розвиток українських земель гальмувався кріпацтвом, підприємства належали державі та поміщикам. Але крім цього був сформований Донецько-Криворізький промисловий район, що спеціалізувався на видобутку й переробці залізної руди та кам'яного вугілля.70% цукру вироблялося на території України. Таємні товариства приховуючись від влади, відстоювали права українського народу. Після підписання Емського указу 1876р. українська мова, культура, література – все це було заборонено. Під час I Світової війни Росія сподівалася приєднати Західноукраїнські землі (Галичину, Буковину, Закарпаття), крім цього почалася масова насильницька русифікація на території України. Заборона українських політичних партій, спортивних та молодіжних організацій («Пласт», «Сокіл» та ін.). Сандармох – лісове урочище в Медвеж'єгорському районі де на площі 10 гектарів у 1930-х роках органи НКВС розстріляли понад 9500 осіб 58 українських націоналістів. Ідеали за які ми воювали не отримали від СРСР у 1945р., Україна лише стала засновницею ООН. Усі експерименти проводилися зокрема на українській території. Хрущов, кукурудзяно-горохова епопея. 1991р.- незалежність України. 1990 р.-революція на граніті, 2004р. Помаранчева революція, 2014 р.- революція Гідності, після якої Росія окупувала Автономну Республіку Крим а також частину Донецької та Луганської областей. Україна у 2014 р. підписала Угоду про асоціацію з Європейським Союзом. 24 лютого 2022 р. Російська Федерація розпочала повномасштабну війну з незалежною Україною. Це доводить про те, що Росія вкотре намага-ється знищити Україну як суверенну та незалежну державу з європейськими цінностями.

Висновки. Історичні дані свідчать про агресивну політику Росії до України. Тобто Росія не зацікавлена в незалежності України, і вона розглядає її лише як колонію. Війна сьогодні підтверджує те що Росія хоче загарбати всю територію незалежної України.

Література. 1. Земерова Т. Історія України: Підручник і посібник. Тернопіль, 2016. 432с. 2. Бойко О.Д. Історія України: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2018. 720с. 3. Кульчицький С.В. Довідник з історії України. Київ: Наукова думка, 2008. 330 с.

22. Київська рисувальна школа – осередок мистецького життя Києва наприкінці XIX ст.

Катерина Ярчак, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні київська художня школа як інституція відома далеко за межами України. Серед її випускників – видатні живописці, графіки та скульптори. Важко повірити, що її історія фактично починалася зі скромного малювального класу, відкритого в 1875 р викладачем Київського реального училища Миколою Мурашко в своїй квартирі. Остання третина XIX ст. у Києві сталапочатком організації художніх товариств, розвитком виставкової діяльності, заявляють про себе критики мистецтвознавства.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних мистецтвознавців та митців, періодичні видання, альбоми тощо. У праці було використано загально-наукові та спеціальні методи: історичного аналізу, узагальнення.

Результати. Наприкінці XIX ст у Києві талановитій молоді було нелегко здобувати право навчатися в Імператорській Академії мистецтв, тому існувала термінова потреба у створенні мистецького закладу, який давав би змогу розвивати здібності молодому поколінню українських митців. Завдячуючи Миколі Івановичу Мурашко – художнику, критику та історика мистецтва – можна стверджувати про заснування, існування та розвиток Київської рисувальної школи (1875–1901).

Варто зазначити, що спроби заснувати в Києві рисувальну школу були й до М. Мурашка. Однак вони недовго існували і особливих слідів не залишили. Глухівський художник з родини іконостасного майстра, який отримав звання викладача малювання в Імператорській Академії мистецтв, мав надію створити умови, за яких усі бажаючі могли вільно розвиватись й удосконалювати свої навички в малюванні. Зусилля Миколи Івановича підтримали відомі художники І. Репін, І. Крамський, Г. Мясоєдов, В. Маковський та ін. У 1875 р. питання художньої освіти в Києві вирішилось: почала діяти єдина на той момент рисувальна школа Миколи Мурашка. 16 вересня 1876 р. офіційноповідомлено про дозвіл Київського навчального округуна відкриття рисувальної школи у Києві. Характерною рисою школи була її доступність, школа була відкрита для всіх бажаючих незалежно від віку, статі, освіти, соціального стану тощо, а головне – плата за навчання була невеликою, іноді директор зараховував до школи талановитихдітей, яким не було чим платити за навчання

Існував заклад виключно за рахунок плати за навчання. Однак до кінця першого навчального року стало зрозуміло, що цих ресурсів недостатньо для розвитку. Тоді Микола Іванович вирішує звернутися до земляка – сина цукрозаводчика Ніколи Терещенка, тоді студента університету св. Володимира, з проханням про матеріальну підтримку рисувальної школи. 22-річний Іван Ніколович Терещенко пройнявся турботою про школу. Він одразу виділив 300 рублів та пообіцяв щорічно давати по 200 руб. на підтримку школи. У 1884 р. І. Терещенко збільшив суму на утримання школи до 7000 карбованців, що дало можливість покращити матеріальне становище рисувальної школи, удосконалити та збагатити навчальний процес.

Першого навчального року у Рисувальній школі займався 40 учнів і працювало два викладачі (М. Мурашко і П. Попов). У 1880 школу відвідувало уже більше ста учнів. Завдяки щедрим дотаціям, школа переїхала на одну з головних вулиць міста – Володимирську, де і перебувала до свого закриття в 1900 р. У 1882 р було відкрито

«головний» і «фігурний» класи, в 1884 – введений курс перспективи, в 1886 – історії мистецтва, 1887 – пластичної анатомії, 1891 – богослов'я. Навколо школи почали об'єднуватися багато київських художників. Тут викладали Х. Платонов, Й. Будкевич, М. Пимоненко, І. Селезньов, Г. Дядченко. Певний час у школі працював Михайло Врубель, який був близько знайомий з М. Мурашком і навіть жив у його сім'ї. Видатні майстри, які приїздили до Києва, обов'язково відвідували заклад М. Мурашка. Гостями школи були І. Репін, М. Ге, І. Айвазовський. Варвара та Богдан Ханенко надавали учням школи можливість оглянути шедеври своєї колекції.

У школі здобули освіту М.К.Пимоненко, О.О.Мурашко, С.П.Костенко, Г.К.Дядченко, І.С.Іжакевич, Г.П.Світлицький, М.І.Жук, В.Д.Замирайло, А.А.Курінний, Ф.С.Красицький. У 1877-1978 рр. у ній навчалися В.О.Серов, К.С.Малевич та інші. Микола Мурашко, який вклав багато сил і енергії у своє дітище, з великою увагою і тактом плевав здібності кожного учня своєї школи, і сьогодні плоди їх творчості ми можемо оцінити, відвідавши виставку. Найважливішим етапом для учнів Малювальної школи Миколи Мурашка стала участь у реставрації фресок Кирилівської церкви, яку нині включено до Софійського заповідника. Для виставки в «Хлібні» співробітники музею «Кирилівська церква» підготували мультимедійний проект, де показали фрагменти тих сюжетів, які реставрували І. Іжакевич, І. Селезньов, С. Костенко, М. Пимоненко та інші учні, а також цікаві фотоматеріали і копії документів, що оповідають про заняття Київської малювальної школи Миколи Мурашка.

Перші досягнення рисувальної школи не були значними. Сам М. Мурашко визнавав, що, навіть за шість років існування, школа ще не може похвалитися значними успіхами. Значною подією 1884 р. було пожертвування І. Айвазовським частини коштів зі збору після виставки картин, улаштованої в залі університету св. Володимира за сприяння М. Мурашка.

Завдяки ентузіазму самого Мурашка і за допомогою професора А. Прахова школа збрала свою власну колекцію картин, серед яких полотна І. Шишкіна, В. Поленова, О. Брюллова, К. Маковського, В. Орловського, І. Рєпіна, Г. Мясоедова, К. Савицького, В. Серова та ін.

У 1891 р. рисувальна школа переїжджає до нового, ще більшого і на цей раз останнього свого приміщення – в будинок Міхельсона на Великій Володимирській вулиці. За час існування школи здобули початкову художню освіту близько 3000 осіб. Із часом М. Мурашко замислювався про реорганізацію Київської рисувальної школи.

У 1903 р. помирає покровитель школи І. Терещенко. Меценат заповів 200 тис. крб. на створення в Києві художньо-промислового училища, але для утримання школи він не залишає нічого. Так припинила своє існування Рисувальна школа, що за чверть століття стала центром художньої діяльності не тільки Києва, а й цілого краю.

Висновки. Отже, наприкінці XIX ст. Київ формувался як центр мистецького життя, у місті відбувався бурхливий розвиток художньої та мистецької освіти, меценати охоче залучалися до художніх процесів Києва, мистецтво популяризувалося серед населення, налагоджувалась співпраця з відомими художниками того часу.

Література.

1. Мурашко М. І. Спогади старого вчителя. – К.: Мистецтво, 1964.
2. Київські адреси М. Врубеля / Автори-упоряд. Н. Агєєва, О. Друг: К.: ВД «Антиквар», 2020.
3. Павліченко Н. В. Виставкова діяльність Київської рисувальної школи. 1875-1901 рр. – Режим доступу: URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/2635>.

23.2.

History of Ukrainian Culture

Chairperson – associate professor Serhii Berehovi

Secretary – associate professor Liudmyla Prybluda

23.2.

Історія української культури

Голова – доцент Сергій Береговий

Секретар – доцент Людмила Приблуда

1. Російсько-українська війна на сторінках сучасної української літератури

Євгенія Власюк, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Війна в Україні почалась в далекому 2014 році з тимчасової окупації Донецької та Луганської областей, а також Криму. 24 лютого 2022 року російська федерація здійснила повномасштабне вторгнення на наші землі і це не могло не позначитися як на звичайних людях, так і на митцях. Окупанти не лише руйнують будівлі та вбивають людей, а й знищують нашу культурну та історичну спадщину, адже війна – це не тільки про територію, географічні кордони, економіко-політичну складову, а насамперед про людське горе. Історії про війну завжди торкаються душі, а особливо зараз, коли вона стала частиною нашого повсякдення. Нині в літературі з'явився ряд книг про війну в Україні, огляд яких ми пропонуємо.

Матеріали і методи. Проаналізовано праці українських істориків, письменників, журналістів, військових та волонтерів, що демонструють свій особистий погляд на події, які розгорнулися на нашій землі. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення, історизму, об'єктивізму, порівняльного аналізу.

Результати. Провал «взяття Києва за три дні» оголив реальні наміри росії. 4 квітня на провладному російському ресурсі «РИА новости» з'явився скандальний матеріал щодо намірів освоєння України. «Что россия должна сделать с Украиной» – дуже промовистий заголовок. Червоною лінією простягається ідея нашого «перевиховання, яке досягається ідеологічними репресіями (придушенням) нацистських установок та жорсткою цензурою: не лише у політичній сфері, але обов'язково також у сфері культури та освіти».

Ідейні натхненники російської агресії чудово розуміють значення культури (особливо мови та історії) для політичної та цивілізаційної тотожності українців. Уже багато років ми маємо можливість прямо говорити як про свою національну окремішність та історичну несправедливість з боку москви. У академічній сфері та державній політиці тією чи іншою мірою проводилася декомунізація та дерусифікація, кремлівська політика минулого відкрито називається імперською (хоча донедавна ще існували промосковські політичні сили).

Ключовим напрямком російської ідеї «перевиховання» українців є винищення нашої історичної пам'яті. 4 квітня Володимир Зеленський в промові щодо виявлених намірів окупантів заявив про планування ворогом цілеспрямованих вбивств викладачів, вчителів і вихователів. Зважаючи на це та все описане в матеріалі кремлівської пропаганди, можна зробити висновок, що проукраїнські активісти (особливо дотичні до освіти і популяризації національної історії) у разі окупації ставали мішенню на знищення.



Книга «Місяць війни». Хроніка подій. Промови та звернення Президента України Володимира Зеленського.

24 лютого 2022 року, коли українські міста прокинулись від вибухів, ворог планував «блискавично» підкорити країну, вбиваючи мирних мешканців і знищуючи міста, але українці героїчно чинили опір. Кремль не зміг реалізувати план швидкого захоплення України та зміни влади в країні. Головною перепоною для окупантів стали єдність українців та стійкість ЗСУ разом з іншими силами оборони України, а ціною опору – тисячі жертв серед цивільного населення, зруйновані долі мільйонів українців через втрату близьких, дому, колишнього життя. Документальна хроніка повномасштабного вторгнення росії в Україну нагадує про трагічні й героїчні події першого місяця війни.

Хронологічно впорядковано публікації щоденних новин, повідомлення з офіційних джерел, промови та звернення Президента України. Нинішня війна – найбільша в Європі після 1945-го, а масштаби воєнних злочинів агресора порівнюють з гітлерівськими. Ця книга – нагадування світовому суспільству, що війна триває, а українці зі зброєю в руках захищають добробут Європи. Наразі випущено 8 книг цієї серії.



«Війна 2022: щоденники, есеї, поезія».

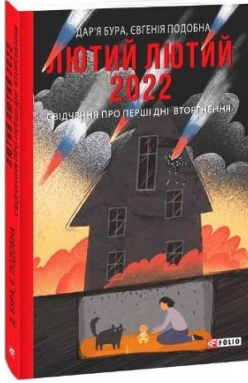
Українська версія антології 40 відомих українських поетів та письменників, які написали свої твори після початку повномасштабного вторгнення. З початком великої війни стало зрозумілим, що треба зафіксувати цей момент історії, емоції і переживання українців, переосмислити події. Оскільки найкраще це можуть зробити письменники, було вирішено створити велику антологію з творами українських поетів та письменників про останні 10 місяців агресивної війни. Упорядником антології став письменник Володимир Рафеєнко, який, крім загального болю від війни, пережив ще й власну драму – перебування в окупації упродовж місяця. «Щоденник війни 24.02.» Автор Андрій

Меронік.

«24.02 Щоденник війни» – книга про війну, яка триває в XXI столітті в центрі Європи. Про те, чого ніхто не міг собі уявити. Ця книжка про таких самих людей, як кожен з нас, про наших із вами сучасників.

Невигадана історія про компанію юнаків та дівчат, які опинилися посеред війни. Розповідь про те, як кожного з них лихоманило чи то від страху, чи то від холоду, коли десь поруч влучала ракета й лунав потужний вибух, який вибивав шибки та вмикав сигналізацію на автівках.

Як кожен із героїв намагався бути корисним країні та як розвивалися їхні страхи. Про сумніви та віру у власні сили. Про те, що вони говорили, що думали та у що вірили. Ця книжка про таких самих людей, як і ми, про наших сучасників.



«Лютий лютий 2022». Свідчення про перші дні вторгнення. Автори Дар'я Бура, Євгенія Подобна.

24 лютого 2022 року українці прокинулись в іншій реальності: небо розривало ревіння російських винищувачів, на українські міста летіли російські ракети, станції метро перетворились в укриття. В цій новій реальності більше не існувало поняття абсолютної безпеки.

Перші дні війни були дуже емоційними і страшними. Коли не знаєш, що робити, не встигаєш за новинами. А через ці новини не можеш нічого робити...

Щоб не дозволити нікому переписати нашу історію, вплати те, чого не існувало, як роблять росіяни, коли на чорне кажуть біле, ми вирішили зібрати спогади людей про перші дні повномасштабної війни. Щоб пам'ятати...

«Над прірвою. 200 днів російської війни». Автори Володимир Горбулін, Валентин Бадрак.

Історики підраховали, що зараз Україна веде 23-тю війну за свою незалежність проти агресивної росії-москвії. І вона виявилася найкривавішою. У книзі йдеться про ключові епізоди перших двохсот днів українського спротиву: синтез подій, рішень, досягнень, провалів. А також пошук відповіді на такі питання:

Як сталося, що Україна спромоглася встояти проти російської навали й не впала за три дні, як очікували самі окупанти і навіть спецслужби західних країн?

Як сталося, що «друга армія світу» зазнала в Україні низки поразок, була змушена тікати з Київщини, Чернігівщини, Сумщини, Харківщини та частково з інших ділянок фронту й

за п'ять місяців неперервних штурмів не досягла оголошених цілей?

Як сталося, що «колективний Захід», слабка й короткозора позиція якого породила чергового історичного монстра та вбивцю, став поступово об'єднуватися навколо українського питання і змінювати свої погляди на підтримку героїчної нації?

Як діяти, щоб надійно захиститися від російської агресії в майбутньому?

Та який може бути новий безпековий порядок у світі після завершення російсько-української війни, що виявилася вододілом розвитку сучасної цивілізації?

«Ми – Bellingcat». Онлайн-розслідування міжнародних злочинів та інформаційна війна з росією. Автор Еліот Гігінз

Чи може група волонтерів, маючи лише доступ до інтернету, протидіяти путіну, Асаду й ІДІЛ? Розслідувачі з Bellingcat показали, що це вже реальність.

Еліот Гігінз — засновник організації Bellingcat, що займається журналістськими розслідуваннями на основі відкритих джерел. Під час війни росії проти України разом із командою збирає докази воєнних злочинів і порушень прав людини. Коли у 2014 році російські терористи збили боїнг рейсу МН17, Гігінз з однокумцями вже створили Bellingcat і невдовзі знали про Бук, яким росіяни збили літак, практично все. На

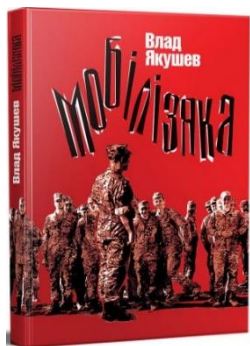


черзі було викриття агентів ГРУ та цілої мережі російської пропаганди на Заході. У цій майже детективній історії Гітінз описує деталі багатьох розслідувань, що відкрили світові правду і кинули виклик тим, хто заперечує дійсність задля власної вигоди. Bellingcat знають, як онлайн протидіяти Путіну, диктаторам і терористам. Спеціально для українського видання автор написав передмову у квітні 2022 року.



«Війна за реальність». Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Автор Дмитро Кулеба.

Постійний представник України в Раді Європи Дмитро Кулеба написав книжку про поведінку в інформаційному просторі та роботу з комунікаціями в Україні. «Війна за реальність: Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот» – це справжній посібник із захисту персональних даних, розвитку критичного мислення та протидії маніпуляціям в епоху масової інтернетизації та діджиталізації. Орієнтуючись на приклади з України, інших країн та досвід компаній, автор проаналізував, як відбувається війна за реальність та виокремив п'ять правил, які допоможуть у ній перемогти. Основним поштовхом до написання книжки була анексія Криму та початок збройної агресії зі сторони Росії, адже брехня та маніпуляції, які поширюються за допомогою інтернету стали невід'ємною частиною цієї війни. Й українське суспільство виявилось не готовим захищати свій інформаційний простір.



«Мобілізяка». Автор Влад Якушев.

Це друга книга автора та своєрідне продовження твору «Карателі». Влад Якушев – письменник, журналіст, громадськи й активіст, спортсмен, доброволець, командир розвідвзводу морської піхоти. У 2015–2016 роках працював прессекретарем 14-ї ОМБР, тож в новій книзі він розповідає про свою роботу на війні. Мобілізяки – так називають мобілізованих цивільних кадрові військові.

Книга «Мобілізяка» може дати відповідь на це запитання. У ній розповідається про події, які стосуються самого Влада. Книга весела та сумна, добра та відверта, повна фотографій, яких так не вистачало читачам попередньої книги, та QR-кодів до відео, знятих як самим автором, так і журналістами, які висвітлювали події російсько-української війни на фронті у період з 2015 по 2016 р.

Автор переконаний, що саме від командира залежить, ким буде новоспечений солдат – неоціненним скарбом або ж «додатком» зі «своєю особистою думкою».



«Мої вимушені канікули». Автор Катерина Єгорушкіна

Катерина Єгорушкіна – українська письменниця, казкотерапевтка, тренерка з розвитку креативності, членкиня PEN, Національної спілки письменників України та Всеукраїнської арттерапевтичної асоціації. Авторка 17 книжок для дорослих і дітей.

Книжка про повномасштабну війну очима дитини. Авторка намагалася створити історію, яка допомагає українським дітям адаптуватися до нової реальності. Текст книжки переглянула дитяча психологиня Світлана Ройз. Вона ж надала практичні поради щодо того, як говорити з дітьми про війну.

Письменниця Катерина Єгорушкіна в своїй книзі «Мої вимушені канікули» змальовує щемливу, пронизливу історію дівчини Віри. Їй разом з тим – дає віру та надію на краще, вчить шукати в собі внутрішнє світло й внутрішню силу. Силу, яку не здолають крилаті ракети смерті, яким – попри все – обов'язково прийде кінець.

Книжка про те, що відбувалося в Україні в перші 2 тижні війни. Цього разу канікули у героїні – Віри не звичайні, а вимушені: спричинені війною. Дівчинка Віра спить у ванній поруч із батьками й маленьким братиком. Над її головою гудуть літаки і свистять снаряди. Віра веде щоденник: записує свої думки, спостереження, «вклеює» вірізки з психологічними порадами. Разом із сім'єю дівчинка переїжджає у підвал своєї багатоповерхівки, ховаючись від обстрілів. Там вони намагаються пристосуватися до нової реальності. У книзі ви знайдете не тільки щемливу історію дівчинки Віри, а й поради й заспокійливі практики від психологині Світлани Ройз.

«Дикий Захід Східної Європи». Автор Павло Каразін



Це подорожні записки людини, яка залишила свій дім, аби залишитися вдома. Авторська хронологія новітньої української історії. Це спроба підсумувати все, що нас змінило, і все, що лишилося незмінним. Війна занурила Україну в дискусії про саму себе. Ми намагаємося розібратися, де закінчуються «вони» і де починаємося «ми». З'ясуємо, чи можна надурити історичну логіку і кого підносити на п'єдестали. «Дикий Захід Східної Європи» – це спроба систематизувати все, про що ми сперечаємося, і все, про що встигли домовитися.

Головна теза, яку доносить до читачів Павло Каразін – неможливо бути аполітичним українцем.

Ця книжка народжена окупацією та війною. А тому продовження в неї не буде.



«Незламні»

Книга з історіями українських жінок, які наближають щодня перемогу, рятуючи дітей, людей похилого віку та тварин. Серед них військові, волонтерки, парамедикині, правозахисниці, засновниці притулків, які ведуть свою боротьбу за спільну перемогу, як в Україні, так і за її межами, ризикуючи своїм життям.

До цієї книги про війну увійшло 30 історій про супротив, силу духу та незламність українок. Навіть до 2022 р. жінки відігравали важливу роль – і не тільки у волонтерстві для допомоги армії, але й власне у лавах ЗСУ. Після 24 лютого допомога жінок стала ще більш помітною у всіх аспектах. У цій книзі зібрано 30 історій жінок-військових, волонтерів, адвокатів, парамедиків і засновниць фондів, які будь-яким способом доносили і доносять голос України в будь-який куточок світу. Це книга, де зібрані історії найхоробріших представниць української нації. Укладачами виступили Ярослава Жуковська, Тетяна Гордієнко та Вікторія Покатис.

Висновки. Доля країни та людей, які живуть у війні – такими були основні теми літературних творів цього року. Історики, письменники, журналісти, військові та волонтери демонструють свій особистий погляд на події, які розгорнулися на нашій землі. Їхні твори допомагають не лише краще зрозуміти початок війни з РФ, не лише документують те, що відбувається з кожним із нас, а й несуть у собі нескінченний біль і загальнолюдську трагедію. Адже війна – це не тільки про територію, географічні кордони, економіко-політичну складову, а насамперед про людське горе.

Література.

1. Війна на сторінках книжок. <https://www.armyfm.com.ua/ua/vijna-na-storinkah-knizhkok.-rik-2022/>.
2. Російська агресія почалася з культури (мови, історії, моралі). URL: <https://c4u.org.ua/vijna-pochunayetsya-z-kultury-movy-istoriyi-morali/>.
3. Нація, що читає – непереможна. URL: <https://www.yakaboo.ua>.
4. Книги про війну: біль, випробування, надія. <https://blog.yakaboo.ua/knygy-pro-vijnu/>.
5. Лютий лютий 2022. Свідчення про перші дні вторгнення. https://book-ye.com.ua/catalog/memuary-lysty-shchodennyky/lyutyj-lyutyj-2022-svidchennya-pro-pershi-dni-vtorhnnennya/?gclid=CjwKCAiAu5agBhBzEiwAdiR5tPUcPf3-YJiGibNvB0j4al6ymn4FZUJ4d2QAP-zt0g2Jv8VureJO6xoCeUQQAvD_BwE.

2. Загадковий Бенксі в Україні

Анастасія Шумська, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Бенксі – людина достеменно про яку майже нічого не відомо. Псевдонім скандально відомого англійського андерграундного художника графіті, політичного активіста та режисера розлетівся світом. Він малює свої твори в багатьох містах світу і відомий своїми містифікаціями.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення, історизму, об'єктивізму, порівняльного аналізу. Інформаційною базою дослідження послугували статті та ілюстровані матеріали, опубліковані в соціальних мережах та просторах інтернету, власні спостереження.

Результати. Вперше Бенксі з'явився в Україні після початку повномасштабного вторгнення країни агресора на території нашої держави. Відвідавши Київ, Бородянку, Ірпінь та Горенку художник показав світові всю серйозність та актуальність ситуації в Україні. На даний момент Бенксі на його Instagram-сторінці в Україні було визнано 7 робіт, кожна з яких показує індивідуальний почерк митця. У його творчості прослідковується хронологія подій, яку можна побачити на відео створеному самим автором.

Перша робота на відео, бородатий чоловік сидить у ванній і тре спину щіткою, графіті зроблене на зруйнованому будинку в місті Горенка. Українці мирно жили і не очікували нападу зі сторони росії.



м. Горенка, графіті Бенксі «Старий, що купається у ванні» Гостомель, графіті Бенксі «Жінка в протигазі»

Далі на відео показано жіночку в халаті з бігудями на голові, але з одягненим на обличчя протигазом, яка з вогнегасником у руках стоїть на стільці, приставленому до стіни. Поруч із дамою – вікно спаленої квартири. Попри те, що героїню малюнка трохи застали зненацька (бігуді, халат), вона вживає заходів для гасіння пожежі, що виникла від військової агресії росії. Нажаль ця робота була вирізана вандалами, які намагалися її забрати собі та продати.

Наступне фото, гімнастка зі стрічкою в руках та бандажем на шії стоїть над проломом будинку. Сильна жінка – один із символів нашої країни (скульптури Берегині тощо), а Бенксі завжди оперує суспільно значущими та зрозумілими образами. Тому і використовує тендітну дівчинку, як символ незламності України.

Ще одна гімнастка на наступному графіті, яка сміливо робить стійку на руках, розташувалась на уламках бетонних плит, зруйнованих ракетними обстрілами. Незважаючи на ситуацію навколо дівчинка не втратила рівновагу та силу духу.



Ірпінь. «Гімнастка зі стрічкою»



Бородянка. «Гімнастка робить стійку на руках»

На наш погляд, найвиразнішим є малюнок на Майдані, на Хрещатику – хлопчик та дівчинка, які «гойдаються» на гойдалках протитанкового їжачка. Найімовірніше, цей малюнок нав'язаний Бенксі знаменитим знімком, зробленим у перші тижні війни, коли дівчинка гойдалася на подвір'ї на гойдалках на тлі зруйнованого будинку. Діти можуть знайти позитив і час для ігор у всьому та будь-який час. Символічний зміст: точиться боротьба за майбутнє країни – за наших дітей.

Наступний витвір є знуцальним, загрози каїни агресора своїми військовими «боєголовками» ніхто всерйоз не сприймає, що і показав Бенксі.



Київ. «Діти на гойдалках із протитанкової рогатки», Київ. «Знуцальне зображення члена на ракетній установці»



Сьоме і останнє графіті, поєдинок двох дзюдоїстів, маленький хлопчик, що кидає дорослого чоловіка на татамі. У цьому є аналогія боротьби Володимира Зеленського (маленького хлопчика в політиці) та володимира путіна (дорослого чоловіка). Але все змінилося після початку війни, трапилося непередбачене, чого ніхто на світі не очікував — Зеленський не втік із країни, а мужньо прийняв бій. Україна дала відсіч російським окупантам та продовжує відбирати у ворога свої території: місто за містом, село за селом. Нещодавно відбили Херсон.



Бородянка, графіті Бенксі Хлопчик-дзюдоїст кинув дорослого спортсмена – натяк на поєдинок Зеленського та Путіна

Висновки. Отже, саме так як зобразив у своїх графіті видатний британський стріт-художник Бенксі бачить історію українсько-російської війни. Незважаючи на руйнування в країні, ми переможемо і все відбудуємо.

Бенксі вважають найуспішнішим вуличним художником у світі. Останні два десятиліття він став важливою постаттю у світі мистецтва.

Художник привертає увагу іронічними й злободенними графічними коментарями. Водночас він категорично відмовляється ставати частиною мистецького істеблішменту. Британський Університет творчих мистецтв (University for the Creative Arts) надав Бенксі звання почесного професора. Однак під час урочистої церемонії крісло вуличного художника залишалося порожнім.

Література. К. Рильов. Формула британця. <https://focus.ua/uk/culture/537713-sem-graffiti-benksi-v-ukraine-kakoe-poslanie-zashifroval-hudozhnik>,. 2. Бенксі показав відео про те, як робив графіті в Україні. <https://hmarochos.kiev.ua/2022/11/19/benksi-pokazav-video-pro-te-yak-robyv-grafiti-v-ukrayini/>. 3. Бенксі в Україні: що означають нові роботи культового художника. <https://espreso.tv/benksi-v-ukraini-shcho-oznachayut-novi-roboti-kultovogo-khudozhnika>. фото взяті з інтернету

3. Голос вулиці: мурали воєнного часу

Єва Сокол, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Мурал – це вид вуличного мистецтва великого масштабу, що являє собою велику картину, нанесену на поверхню стіни як правило житлових висотних будинків. Створення муралів спрямоване на прикрашання будівель, а також часто виконує роль соціальної реклами у дуже креативному та художньому вигляді. Наприклад, вшанування національної пам'яті, героїв свого часу, творчі «відгуки» на події в країні та світі. Художники створюють такі мурали не звичайними, а акриловими фарбами. Під час війни росії проти України таких зображень стало набагато більше, у зв'язку з трагічними подіями в країні.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, узагальнення, історико-порівняльного аналізу. Інформаційною базою дослідження послугували статті, опубліковані в соціальних мережах та просторах інтернету, власні спостереження.

Результати. За час повномасштабного вторгнення росії на територію України мистецтво муралізму в країні розвивається ще більше, ніж було до цього. Нині актуальна тема створення муралів з метою показати світу, що український народ ніколи не опустить руки, він буде боротися до перемоги. Мистецтво – це наша зброя. Культура – це форма спротиву. Адже мистецтво формує той контекст і культуру, яка і вирішує, як суспільство сприйматиме ті чи інші історичні події, а відповідно, яке суспільство і буде переможцем у війні. І це твердження приводить нас до українського мистецтва останнього року. Це мистецтво інформаційного спротиву. І воно має таку своєрідну функцію катарсису – перетворенню психічної енергії в творчу, відбувається очищення через сльози і творчість. З психологічної точки зору мистецтво дозволяє пережити та відпустити біль, це як терапія, як інструмент який допомагає почати жити сьогодні, не відкладаючи на потім, до перемоги.

«Свята Джавеліна» стала найбільш обговорюваним муралом. Її можна побачити на вулиці Авіаконструктора Антонова в Києві. Давня іконописна традиція була модернізована – замість мечів чи списів на муралі зображено протитанковий ракетний комплекс FGM-148 Javelin. Однак його поєднання з релігійним символом – німбом – викликало дискусію та невдоволення Ради Церков, і на їхню вимогу німб замальовали.



Мурал «Свята Джавеліна» у Києві

«Красавіца» терпіти не буде» – так коментує свій мурал на вулиці Соборній автор, рівненський художник Костянтин Качановський. На ньому зображена жінка-Україна зі зброєю в руках.

«Український спротив» – це діджитальний рімейк на роботу Бенксі, який пожертвував 100 000 євро від продажу одного зі своїх витворів на «Охматдит». Замість звичайного букету, який раніше був у роботі Бенксі, в рімейку з'явилися соняшники як символ українського спротиву.



«Красуна» терпіти не буде»



«Український спротив»

«Воїн зшиває прапор України» – цей мурал художника Олександра Корбана тепер прикрашає район Києва Оболонь. На ньому зображено руки військового, які зшивають прапор, що символізує країну. Мурал був створений у дні визволення Ірпеня та Бучі. Автор зазначив, що таким чином хотів показати, як воїни ЗСУ, тероборони, волонтери та всі українці, які об'єдналися, не дають ворогові «розірвати нашу рідну країну».



Мурал «Воїн зшиває прапор України» м. Київ



Військові, котики та Патрон – мурал в Полтаві. У травні художники Антон Кравченко та Олександр Фастовець завершили роботу на вулиці Європейській. У центрі картини – дівчина в національному вбранні. Вона тримає в руках герб України. На голові вінок із розпущеними стрічками. Ліворуч від неї розташовані прикордонники, а праворуч – піхотинці ЗСУ. Поряд стоїть боєць Азову з котиком на

руках, а на землі – песик Патрон, який допомагає рятувальникам розмінувати звільнені від окупантів території.



Мурал «Військові, котики та Патрон» у м. Полтаві

На розбитому фасаді харківського театру музичної комедії створили мурал, присвячений ЗСУ. Фасад театру уламки російської ракети пошкодили 23 серпня 2022 року, у День міста Харкова.



Мурал присвячений ЗСУ в м. Харкові

Мурал м. Харкова

Від вибуху в будівлі вилетіли всі вікна, тож керівництво театру закрило їх дерев'яними аркушами та вирішило розписати за допомогою головного художника.

На портретах – актриси театру в синьо-жовтому одязі. Вони з надією дивляться на небо. Крім того, на муралі тризуб, чорна завіса – ворота театру військових дій, танк, Держпром та рукавичка бійця ЗСУ.

«Герої без зброї» – мурал, створений в рамках проекту підтримки захисників України, ініційованого працівниками ГУ ДСНС України у Вінницькій області. На малюнку зображено вінницький будинок побуту «Ювілейний», який постраждав від ракетної атаки рашистів у липні 2022 року. Автор стінопису – художниця із міста Турбів, зобразила цю будівлю як символ незламності Вінниці. Також на малюнку – собака породи лабрадор, яка залучається до пошуку людей під завалами. На малюнку розміщено цитату Василя Симоненка: «Живе лиш той, хто не живе для себе,

хто для других виборює життя». На думку Марії Палагній, саме ці слова ідеально описують роботу та повсякдення героїв-рятувальників.



Муралі «Герої без зброї»



У м. Дніпро на вул. Князя Володимира Великого з'явився мурал, присвячений рятувальникам У надзвичайних ситуаціях рятувальники є справжніми героями, яким ми завдячуємо власним життям. І ми повинні частіше говорити їм «дякую». Саме про це хотів нагадати вже відомий у своїх колах стріт-артшник Zdes Roy (Валерій Колор).

Автор зобразив співробітника пожежної служби, якого позаду обіймає ангел. Таким чином мурал є подякою рятувальникам за їх сміливість та героїзм. Особливо виразно про це говорять слова: «І в небеса злітає птах, і сонце радісно сіяє. Герої! Небо присягає – Ваш подвиг житиме в віках!».



Мурал присвячений рятувальникам. м. Дніпро

У День української авіації у Києві на Подолі відкрили мурал, присвячений «Привиду Києва». Він знаходиться на вул. Межигірській, 3. На зображенні пілот у

кабіні літака. Це – збірний образ всіх українських пілотів, які боронили й боронять небо Україні. Це така легенда воєнного часу. Цей мурал створив Андрій Ковтун. Для своєї роботи художник обрав фотографію пілота 40-ї бригади тактичної авіації, яка, найімовірніше, і є цим збірним образом «Привид Києва». [«Привид Києва»](#) – це міська легенда про українського військового льотчика-аса, який на МіГ-29 Повітряних сил України в лютому 2022 року лише за перші 30 годин від початку російського вторгнення в боях за Київ нібито збив шість російських літаків.

У Подільському районі Києва є ще один патріотичний мурал «Український козак перемагає загарбника ведмедя», який символізує російські імперські амбіції.

Автор – Володимир Манжос створив цей мурал, що має особливий символічний зміст: українець перемагає російського загарбника. Його мета – показати усьому світу, що наша нація незламна. Ми всі віримо в перемогу і вона обов’язково буде».



«Привид Києва»



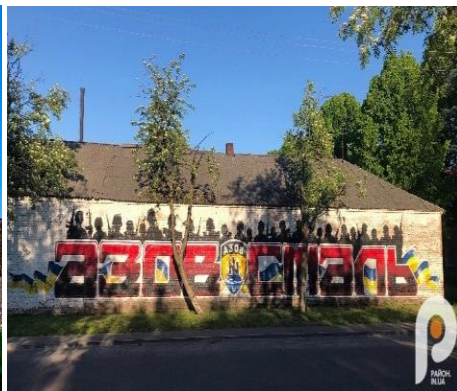
«Український козак перемагає загарбника ведмедя»

«Пес Патрон» – мурал найвідомішому українському саперу на будівлі парку «Відрадний».

У Нововолинську створили мурал, присвячений символу української нескореності, стійкості духу та відваги «Азовсталі».



Мурал «Пес Патрон»



Мурал «Азов» - Сталь» у Нововолинську

У Черкасах є мурал, який розміщено на стіні ТРЦ «Любава». На стінописі зображений український військовий. Авторка ідеї Яна Волк.

Символ українського народу – мурал «Берегиня» у м. Києві. Певне, цей мурал є одним з найособливіших для кожного українця. На фасаді багатоквартирного будинку зображено обличчя жінки в оточенні яскравих соняшників. Вона – богиня добра, яка захищає людей від зла, оберігає оселю, родинне багаття та малих дітей від хвороб. Розташований мурал у знаковому для України місці – біля Майдану Незалежності, де у 2014 році почалась Революція Гідності.



Мурал присвячений українським військовим



Мурал «Берегиня» м. Київ

Висновки. Отже, мурали, які ми розглянули це - мистецтво, мотивоване війною РФ проти України, вони вже стали справжньою прикрасою Києва та інших міст України, вони мають усі шанси стати новою візитною картою. У кожній з робіт спостерігаються деякі деталі: перевага трьох кольорів (блакитний, жовтий та червоний) та збільшення кількості відтінків сірого, чорного, які підкреслюють трагізм подій; частіше з'являються діти та тварини, жінки та рятувальники, силуети та пам'ятки найбільш постраждалих та зруйнованих міст. Кожен автор створює те, про що в нього болить і те, про що чув кожен у світі, те, про що не можна змовчати. Ми обов'язково переможемо, тому що ми сильна нація, яку не подолати.

Література. 1. Голос вулиць і 100 днів війни. Про що кричать мурали та графіті? URL: https://lb.ua/blog/andrii_darkovich/518764_golos_vulits_i_100_dniv_viyni_pro_shcho.htm
2. Мистецтво, мотивоване війною РФ проти України. URL: www.radiosvoboda.org/a/foto-ukraina-viy-na-rosiya-muraly/32091572.html. 3. Голос вулиць: історії створення муралів воєнного часу. URL: nashkiiev.ua. 4. Фото взято з мережі «Інтернет».

4. Мовно-культурне відзеркалення російсько-української війни

Ксенія Коваленко, Людмила Приблуда

Національний авіаційний університет, Київ, Україна

Вступ. Мова – живий організм, що відразу реагує на різні історичні події, у яких перебуває її носій. На думку Ю. Теглівець, на кожному етапі існування розвиваються саме такі засоби та способи вираження мови, які найбільше відповідають новим особливостям суспільно-політичного процесу та умовам мовленнєвої комунікації.

Матеріали і методи. У роботі використано описовий метод. Матеріалом для дослідження послугувала лексика, що з'явилася за час російської агресії проти України, відібрана з інтернет-простору.

Результати. Семантичний розвиток слова на основі метафоричних перенесень виявляється в розширенні або звуженні, узагальненні чи конкретизації, уточненні твірного значення, у семантичному переосмисленні об'єкта дійсності внаслідок порівняння його з іншим об'єктом за подібністю властивостей, ознак, рис, форм.

Слово, що набуло нового значення, часто, крім нової функції, наповнення новим психологічним змістом, супроводжується стилістичною емоційно-експресивною конотацією. Так, яскравим прикладом переосмислення значення може слугувати термін *військо*, пор.: *кухонні війська* – заклади громадського харчування, які смачно й поживно годують українську армію та територіальну оборону; *тракторні війська* – підрозділ, який збирає залишену на полі бою російську техніку та передає її на озброєння; *диванні війська* – особлива категорія громадян, яка закликає до активних військових дій, але при цьому абсолютно не готові в цьому брати участь; *TikTok-війська* – кадрильні, які викладають «переможні» відео в соціальних мережах, але в справжніх боях зазнають втрат. Процесу детермінологізації зазнав термін *війна*, пор.: *цукрові війни* – іронічна назва бійки мешканців росії за цукор, продаж якого було обмежено; *рейкова війна* – знищення сигнального обладнання залізниці та блокування колій, щоб ними не змогли скористатися загарбницькі війська.

Поширеними у вжитку стали дієслівні форми на позначення різних процесів, пов'язаних зі знищенням російських окупантів, напр.: *байрактарити*, *енлоїти*, *джавелініти*, *стінгерити*, *хаймарсити*, *задвохсотити*, *затрьохсотити* тощо. Досить цікавими з точки зору семантичного наповнення є форми *кадирити* – видавати бажане за дійсне; *чорнобайти* – постійно робити те саме, не отримуючи іншого результату та страждати через це; *шойгувати* – удавати, що все гаразд; *макронити* – удавати стурбованість і не діяти; *заукраїнити* – завдати втрат і ганьби нападнику; *іти за російським кораблем* – зазнати поразки; *затридні* – поставити собі нереалістичні плани та щиро вірити в їх успіх; *арестовлення* – повідомлення, що має на меті заспокоїти, але немає вичерпної інформації; *бандеромобілі* – бойові автомобілі ЗСУ тощо. Російськими загарбників почали називати *орками*, *рашистами*, *руснею*, *чмонями*, *ваньками*, російську федерацію – *мордор*, *оркостан* тощо.

Висновки. Отже, повномасштабне вторгнення росії в Україну не тільки змусило багатьох українців перейти на українську мову, активно її вивчати, а й спровокував потужну хвилю виникнення неологізмів в суспільно-політичному, культурному просторі.

Література. 1. Теглівець Ю. В. Неологізми суспільно-політичної лексики. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 22. Том 2. С. 33–37.

5. Музичний спротив українців у російсько-українській війні

Анастасія Ісаєнко-Гонта, Людмила Приблуда

Національний технічний університет України, Київ, Україна

Вступ. Важливою рисою музичних творів є їхній тісний зв'язок із сучасною дійсністю. Сучасна пісня репрезентує потужний музичний спротив українців у війні проти російських загарбників.

Матеріали і методи. У роботі використано описовий метод. Матеріалом для дослідження послугували тексти пісень сучасних українських виконавців.

Результати. Мова музичного мистецтва – універсальний комунікаційний інструмент сучасного культурного простору. О. Злотник наголошує на тому, що вона виконує низку важливих функцій: спілкування, передачі і збереження інформації, вираження почуттів та емоцій людини, формування мислення, накопичення людського досвіду. Музична мова стає засобом спілкування, пізнання, національної самоідентифікації, збереження та передачі досвіду, традицій музичної культури народу. Музична мова як сукупність засобів музичної виразності занурена в поле сім'юсфери – простір, що є необхідною передумовою музичної комунікації і обумовлений всією соціокультурною системою суспільства.

Сучасна українська пісня як явище національної масової культури спротиву російській агресії сьогодні становить значний науковий інтерес. Вона має велику популярність та репрезентує культурологічний феномен українського суспільства, є вагомим елементом духовно-культурного життя народу. В. Власова глибоко переконана, що музичне мистецтво має важливе значення у відродженні й актуалізації художніх цінностей, інтеграції та культурному розвитку українського суспільства.

Після повномасштабного вторгнення росії в Україну змінилася тематика музичних творів. Одним із її завдань стало підбадьорення українців, підтримка бойового духу. Так, популярними стають багато енергійних та швидких пісень, під які хочеться танцювати, адже саме рух та активність допомагають відволіктися від нав'язливих, тривожних думок, напр.: «Доброго вечора, ми з України» (гурт «PROBASS Δ HARDI»), «Допоможе ЗСУ» (гурт «Chico & Qatoshi»), «Добрий день everybody» (МЮСЛІ UA ft. Vasia Charisma) та ін. Українські виконавці через музичні твори передають весь трагізм війни, окремої людини та нації зокрема. напр.: «24/02» (гурт «БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ»), «У мене немає дому» (гурт «Один в каное»). У сучасних піснях лунає ненависть до російських загарбників та непохитна віра в Перемогу України над ворогом, віра в Україну та кожного українця, напр.: «Ой у лузі червона калина» (гурт «Бумбокс»), «Маніфест» (Артем Пивоваров), «Stefania» (гурт «Kalush Orchestra»), «Українська лють» (Христина Соловій), «Враже» (Енджі Крейда), «Чути гімн» (Skofka), «Мольфар» (гурт «Kozak System»), «Люди» (MamaRika & KOLA) та ін.

Висновки. Отже, сучасна українська пісня репрезентує потужний музичний спротив російській військовій агресії. Вона звучить на концертах в усьому світі та є образом спротиву демократії авторитарним режимам.

Література. 1. Власова В. А. Культурологічний аспект сучасної пісні та її мова. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2016. № 1. Сер.: Культурологія. С. 33–36. 2. Злотник О. Й. Комунікативний простір музичного мистецтва України кінця ХХ – початку ХХІ століття : дис. ... канд. мистецтвознавства (доктора філософії) : 26.00.01. Київ, 2019. 254 с.

**6. Оксана Мась – сучасна українська художниця, гуманістка, філософіня,
популяризаторка мистецтва**

Тетяна Піціва, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Оксана Мась – одна з небагатьох українських художниць, картини якої представлені в найвідоміших галереях світу, вона – постійна учасниця світових арт-фестивалів. Її персональні виставки проходили в Україні (Києві та Одесі), Чехії, Іспанії, Нідерландах, Франції, Греції, США, Італії, Бельгії.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є статті та інтерв'ю Оксани Мась, праці вітчизняних мистецтвознавців та митців, періодичні видання, альбоми тощо. У праці було використано загально-наукові та спеціальні методи: аналізу, синтезу, узагальнення.

Результати. Оксана Миколаївна Мась народилася та виросла в Україні. У 1986 р. закінчила Школу мистецтв в Іллічівську Одеської області. Одеське державне художнє училище ім. Грекова закінчила в 1992 р. У 2003 р. здобула ступінь бакалавра філософії в Одеському національному університеті ім. Мечникова. У 2014 р. стала магістром, і це наклало свій відбиток на всю її подальшу творчість.

Найвідоміша в Україні робота Оксани Мась – панно Діви Марії в національному заповіднику «Софія Київська». Вона є яскравим прикладом філософії сучасного мистецтва, яке одночасно космополітичне та глибоко особистісне.

Панно зібрано з 15 тисяч писанок, кожна з яких розписана вручну абсолютно індивідуальним оригінальним малюнком професійними майстрами, музикантами, художниками та дітьми зі всієї України. Цей символічний крок, ініційований однією людиною, де-факто набагато ефективніше об'єднує всю Україну, ніж усі попередні потуги вітчизняних політиків із різних політичних сил.

Мозаїчне панно створено за мотивами оригінальної старовинної української ікони періоду бароко. Сотні писанок складають очі образу Діви Марії, погляд яких спрямований у вічність. Саме в цьому погляді, а також матеріалі, з якого зроблено панно, і криється основа філософії мистецтва Оксани Мась. Погляд Діви Марії теплий, всерозуміючий та одночасно утримуючий у собі чоловічий та жіночий початок, що так характерно для сучасного шаленого світу, де ролі жінки та чоловіка поступово нівелюються, інтегруються та взаємодоповнюють одна одну. При цьому цей погляд зрозумілий усім – християнам, мусульманам, буддистам або атеїстам, молодим та людям похилого віку, українцям, англійцям, французам тощо. Образ Діви Марії об'єднує архаїчну, прадавню Україну та Україну модерну, демонструє, що саме зв'язок епох є запорукою подальшого розвитку, в якому зливаються технологічність та ліричність, реалістичність і своєрідна магія цивілізації. Це своєрідна «мова мистецтва», яка не визнає кордонів. Для України подібні твори дозволяють побачити своє місце в світі, зрозуміти та прийняти своє призначення бути мостом між Сходом та Заходом, країною, відкритою для різних культур та поглядів.

Ще один дуже відомий проєкт «Сфери добра та духовного відродження» української художниці Оксани Мась простий, але унікальний, втілює в собі універсальні елементи, які виходять за межі культур. Мась вважає сферу найдосконалішою геометричною формою – представником нашої планети, яйцеклітин та інших фундаментальних природних структур. У її роботах сфера розглядається як тривимірна фігура, що проходить через одновимірні простори, такі як стіни, стелі чи підлоги.

Сфери Мась – це складні конструкції, що складаються з тисяч дерев'яних писанок, розписаних вручну. У геніальний спосіб художниця створює дизайн, у якому кожне яйце є складовою більшого глобального образу. У результаті вийшов монументальний витвір мистецтва, який віддає данину народним промислам та графіці з використанням українських національних традицій та сакральних мотивів. Художниця визнає, що для багатьох культур яйце сприймалося як сильний енергетичний символ, що втілює сутність життя. Використовуючи такі образи та визнаючи їхнє універсальне походження, вона гарантує, що її роботи можуть оцінити та зрозуміти люди різних культур і релігій. Індивідуальні яйця виготовлені з букового дерева, виварені в олії та розписані 70 людьми з різних верств населення.

Оксана Мась сприймає кожне яйце як витвір мистецтва та символ енергії та духовності. Якщо помістити разом у велику сферу, загальний витвір мистецтва експоненціально набирає сили та значення. Мась бачить свої сфери як міжнародні символи, що об'єднують аудиторію по всьому світу.

Один із проєктів, над яким зараз працює Оксана Мась – «365». Це вже другий подібний проєкт художниці – перший був представлений 12 років тому, це були невеликі роботи 30 на 30 см, створювані кожен день. У цьому проєкті вже понад 400 робіт. «Цей проєкт шліфує силу волі і організовує. Без щоденної роботи художнику легко втратити хватку. А художником стає тільки той, хто здатний літати: піднятися над підлогою, національністю, подіями», – говорить одеситка і додає, що роботи проєкту «365» незабаром будуть представлені на одному з інтернет-аукціонів, гроші від якого будуть направлені на благодійність. «Я поки вибираю, куди б змогли направити ці гроші, але це безперечно буде підтримка життя. Мені б хотілося підтримувати майбутнє», – зізналася Оксана.

У роботі «Чорна сфера на червоному» зображені 22 культурних коду з усього світу – ацтеків, вікінгів, майя. «Мистецтво народжується на кордоні, і тому в Одесі легко працювати, адже вона мультикультурна», – пояснює одеська художниця.

Кожен із проєктів О. Мась знаходить відгук у серці та душі. Бо нагадує про справжнє, ідентичне, своє власне. Те що з одного боку об'єднує, а з іншого – підкреслює унікальність.

Висновки. Отже, філософія Оксани Мась дуже проста: культурний код на землі був спільний. Вона думає, що ми маємо повернутися до цього початкового культурного коду, який дозволить зрозуміти, що ми не розділені ніякими особливостями, ніякими межами. Тоді ми будемо по-іншому будувати життя на Землі! У творчості вона не вважає себе чоловіком чи жінкою, українкою або англійкою. Вона – митець. На нашу думку, саме тому Оксана Мась є однією з найвідоміших українських сучасних художників. Чому сучасних? Бо вона створює майбутнє вивчаючи минуле. Ідентичність у сучасному мистецтві з використанням сучасних технологій і засобів – це прекрасно. Це і є те особливе, що цікавить, інтригує і захоплює, репрезентуючи державу, що має багату історію та культуру.

Література. 1. Філософія сучасного мистецтва Оксани Мась. URL: <http://www.golos.com.ua/article/123830>. 2. Руслана Шеретюк. Духовне майбутнє людства через призму мистецького доробку сучасної художниці Оксани Мась. URL: visnyk.lnam.edu.ua. 3. Оксана Мась. Квантова молитва. URL: [http://xn-8sbfxoeboc6b7i.\[n-p1ai/oksana-mas-kvantova-molitva/](http://xn-8sbfxoeboc6b7i.[n-p1ai/oksana-mas-kvantova-molitva/). 4. Виставка Оксани Мась «META-APT by MAS». URL: [mandarin-maison.com > news > vistavka-oksani](http://mandarin-maison.com/news/vistavka-oksani). 5. «А ви потім ідете за нами». Культурні коди Оксани Мась. URL: <https://pragmatika.media/en/a-vi-potim-idete-za-nami-kulturni-kodi-oksani-mas/>.

**7. Соломія Крушельницька – королева оперної сцени, популяризаторка
української культури
(до 150 річчя від дня народження)**

Марина Іванова, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Незабутній оксамитовий голос, діапазон майже у три октави, високі професійні якості музиканта, яскрава сценічна зовнішність – все це зробило Соломію Крушельницьку унікальним явищем оперної культури межі XIX–XX століть. Її неординарний талант поцінували слухачі Італії й Німеччини, Польщі, Франції й Америки. На одній сцені з нею співали такі оперні зірки як Енріко Карузо, Маттіа Баттістіні, Тіто Руффа. Знамениті диригенти Артуро Тосканіні, Клеофонте Кампаніні, Леопольдо Муньоне наперебій кликали її до співпраці.

Матеріали і методи. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних учених, статті, опубліковані в періодичних виданнях, інтернет-ресурси. У праці було використано загально-наукові та спеціальні методи: історизму, аналізу, синтезу, узагальнення.

Результати. Соломія Амвросіївна Крушельницька (1872-1952) була символом довершеності та незрівняності серед найбільших співачок світу кінця XIX – початку XX ст. Артистка розповідає про своє життя: «Пісня, музика – моя стихія з малих літ. Любов до музики і співу прищепив мені батько, який неабияк грав сам. Хоч він і був священиком, але – як я це розумію – залишався людиною досить світською, або, краще сказати, прогресивною. Дуже він любив українську народну пісню. Батько навчив нас усіх, дітей, грати на різних інструментах. Майже щовечора в нашому домі відбувалися сімейні концерти». Саме в селі народжувались її захоплення пісню та співом, які згодом зробили Соломію Крушельницьку пропагандисткою української народної пісні на рідній землі й далеко поза її межами.

Відомі знавці народної музики і звичайні любителі із незмінним захопленням говорять про репертуар співачки. «Часто, – писав композитор С. Людкевич, – під власний акомпанемент виконувала одну-дві пісні із свого рідного села на Поділлі. Можна було бачити, як артистка тоді перевтілювалася, вона, здавалося, забула про свою велику славу, про свої успіхи на європейських столичних сценах і цілковито переносилася в середовище рідного села. Співала ті пісні в своїй обробці, навмисне так, як збереглися вони в її душі ще з дитячих років. Краса, навіть своєрідна примітивність окремих пісень робила їх надзвичайно оригінальними». Праця на рідній землі, на благо рідного народу додавала їй сил і приносила велике задоволення. Соломія Крушельницька виступала із сольними концертами до 77 років і за згадками одного з слухачів її концертів, вражала «глибиною яскравого, сильного, гнучкого сопрано, яке невідомо за допомогою яких чарівних сил свіжим потоком лилося з немічного на вигляд тіла старої жінки...».

Маючи величезний виконавський досвід, тонкий художній смак і чудовий вокальний слух, Соломія Амвросіївна широко користувалася своїми безцінними надбаннями в педагогічній роботі. Як педагог Соломія Крушельницька застосовувала свій метод навчання: на заняттях-лекціях багато сама співала і виправляла помилки учнів своїм співом. На лекціях Крушельницька була терпляча, але вміла часом гостро поіронізувати з якогось недоліку. Відзначалася великим спостережливим хистом. Сама дуже вправна у рухах при співі, гостро засуджувала зайві рухи і недоцільну

міміку. Мало робила словесних зауважень, але те, що говорила, було дуже важливо і міцно запам'ятовувалося.

До студентів Соломія Амвросіївна ставилася дуже приязно, щиро, по-материнському. Усе, чим вона була багата (а талант і досвід у неї були справді величезними), співачка прагнула передати мистецькій молоді. Щодо оцінок Соломія Амвросіївна була категоричною і завжди надавала їм рішучої форми: «Це дуже добре» або: «Це нічого не варто». Може, дехто й побоювався прямиоти співачки, однак поважали її всі без винятку. Авторитет вона мала величезний. «Співати слід так, як розмовляєте, – просто, вільно на нормальному диханні, виразно вимовляючи слова. Впевненість у собі – основа успіху», – говорила вона.

С. Крушельницька ніколи не нав'язувала своєї думки, свого розуміння твору. Навпаки, прагнула, щоб студент самостійно вмів знайти головне і виділив його власними засобами. Треба визнати, що педагогічна праця С. Крушельницької, хоч і не довготривала, принесла гарні плоди. Своїм студентам вона прищепила навички справжньої вокальної культури, деякі з них з успіхом працювали на оперних сценах.

Крушельницька була високоосвіченою людиною. Вона прагнула виховати не лише повноцінного музиканта, а й всебічно розвинену людину з широким світоглядом. Мала добрі знання з теорії музики та музичної літератури, практичні навички з вокалу і гри на фортепіано, культуру артистизму з попередніх концертних виступів. Володіючи багатьма іноземними мовами, вона перечитала безліч творів світової класики і вміла розповісти про них, дати належну оцінку. Вона натхненно читала напам'ять вірші різних поетів, була глибоко обізнана з живописом, скульптурою, архітектурою.

У 1944 році тодішній директор Львівської консерваторії Василь Барвінський запрошує співачку світової слави на посаду професорки сольного співу. Часто лекції з вокалу відбувалися в домі Крушельницької. Часто на завершення лекції професорка Крушельницька сама сідала за фортепіано і поринала у світ спогадів. Працюючи педагогом консерваторії, вона виступала з концертами. Останній відбувся у 1949 році в залі консерваторії, яка тоді розташовувалась по вулиці Чайковського, 7, а її зал – це тепер концертний зал ім. С.Людкевича Львівської філармонії. Про останній виступ співачки у своїх спогадах писала її учениця Божена Антонович: «...вона вийшла усміхнена, сивенька, з паличкою в руці. Публіка стрінула її бурхливими оплесками. Можливо, голос не звучав уже так блискуче, як в найкращі роки розквіту небувалого таланту співачки, але душа плакала і сміялась, а ми затаїли подих, щоб не пропустити ні однієї фрази, ні одного звуку, нюансу із цієї багатющої барви вокальної палітри, і слухали...». На сцені ця жінка молодшала, перевтілювалася, а в її очах відбивалися краса і велич душі артистки.

Соломія Крушельницька прожила 80 років. До останніх днів вона дарувала людям пісню і свою щирю любов. 16 листопада 1952 року її серце перестало битися. Львів, що був свідком її блискучого дебюту, невдач і триумфів, її незламної волі, в той день прощався із славною співачкою і чудовою людиною. Поховали Соломію на Личаківському цвинтарі неподалік від могили Івана Франка.

Висновки. Як людина і педагог, Соломія Крушельницька, не шкодуючи а ні сил, а ні здоров'я, з величезною радістю прагнула передати свій багатющий досвід, свої великі знання молодому поколінню. І в цьому вбачала своє щастя.

Література. 1. Соломія Крушельницька. Хроніка 1893–1920 років / Авт.-упоряд. Д. Білавич. Львів : Растр-7, 2019. - 240 с. 2. Оперний світ Соломії Крушельницької / Упоряд. М. Зубеляк. Львів : Априорі, 2018. 184 с. 3. Соломія Крушельницька. URL: krushelnyska.com.ua.

8. Василь Кричевський – першопроходець в український модерн (до 150 – річчя від дня народження)

Владислава Юрківська, Надія Левицька

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Василь Кричевський – основоположник українського модерну, розробник українського державного герба, прийнятого Центральною Радою, представник українського «ліричного імпресіонізму», харківський геній, що вже з 16-річного віку проектував будинки. Він ввів поняття «українська архітектура», перемігши на конкурсі будинку Полтавського Земства, нині це Полтавський краєзнавчий музей. У Києві музей Тараса Шевченка – проєкт Кричевського. Також і музей на Тарасовій горі в Каневі є творінням В. Кричевського. Діяльність Кричевського цінна тим, що митець створював нове, прагнучи оригінальності. Був автором проєкту державних грошей УНР. Його діяльність й досі досліджують культурологи.

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукову літературу з першого джерела. Інформаційною базою дослідження послугували праці дослідників, які були знайомі з родиною Кричевських. А також оцінка митця іншими відомими постатями, що були з ним знайомі.

Результати і методи. Василь Кричевський був одним із найвидатніших українських художників-модерністів, архітектором, творцем національного модерного стилю в архітектурі, засновником національної кінохудожньої школи. Діяльність В. Кричевського надзвичайно багатогранна: живопис, графіка, архітектура, педагогіка, театр, кінематографія.

Український маляр, архітектор, графік Василь Григорович Кричевський – патріарх великої родини Кричевських, яка дала українському мистецтву ряд видатних особистостей – він батько художників Василя та Миколи, митців, які здобули собі славу, особливо за роботи аквареллю. Дід відомої американської художниці Катерини Василівни Кричевської-Росандич. Брат Федора Кричевського – видатного художника, митця і педагога, першого ректора Української академії мистецтва.

Окрім малярства, у якому Василь Кричевський був типовим представником ліричного українського імпресіонізму, графіки, де він пов'язував сучасність із здобутками книжкових прикрас XVII–XVIII століть, виконавши в цьому дусі, між іншими цінними працями, проєкт прийнятого Центральною Радою українського державного герба, його вважають творцем нового українського стилю в архітектурі.

На думку істориків архітектури, Кричевський є одним із основоположників нового стилю в архітектурі – неоукраїнського стилю, або українського модерну. У різні роки його малярські твори виставлялися як на батьківщині, так і за кордоном (зокрема у Німеччині, Франції, Бельгії, Чехії, Польщі, Великій Британії, США, Канаді). Тематичні виставки його творів організовуються й сьогодні. Найвідомішими його роботами стали «Гребля Квітки-Основ'яненка» (1899), «На Дніпрі» (1900), «Крим» (1901), «Ярмарок» (1913), «Кам'яна баба» (1925), «Пейзаж» (1934) та інші твори.

Народився на Сумщині у багатодітній родині фельдшера. Потяг до мистецтва з'являється у Василя з альбому картин Шевченка, які показувала йому сусідка. Освіту здобув у Харківському технічному залізничному училищі, де вчився архітектурі та техніці малювання. 19-річний Кричевський стає помічником міського архітектора Харкова, Альфреда Шпігеля, завдяки якому знайомиться з теоретичними поглядами філософа мистецтва Джона Рескіна, зокрема на роль ужитково-декоративних елементів в архітектурі різних епох.

У 1903 році проектує будинок Полтавського земства в синтетичному національно-модерністичному стилі. Улюбленим стилем Кричевського був готичний, він створював у ньому неймовірні деталі, які були характерними для архітектора. Перебравшись до Києва, активно включається в культурне життя міста, проектує будинок професора Михайла Грушевського. Після Лютневої революції Кричевський брав участь в проектуванні та організації Національного театру й Академії мистецтв, ректором якої, власне, і став. Отримав від Грушевського замовлення на розробку проекту Великого та Малого гербів УНР, печаток держави, паперових грошей та марок УНР.

1928 року Кричевський оформив (обкладинки та більше 400 портретів українських поетів) чотиритомну Антологію української поезії, яку, однак, за кілька років було вилучено з обігу та знищено. Через те, що влада не любить «не зручних людей» і «незручні книги». На Одеській кіностудії керував мистецькою частиною. Співпрацював з О. Довженком над фільмами «Звенигора», «Тарас Шевченко», «Назар Стодоля» тощо. Того ж 1928 року Кричевський працював над оформленням фільмів «Буря» Павла Долини, «Джальма» Арнольда Кордюма та «Поговір» грузинського режисера Івана Перестіані, що зняв на Одеській кіностудії кілька фільмів. 1929 року Кричевський оформив дві стрічки – агіт-фільм Павла Долини «Чортополох» і психологічну драму Арнольда Кордюма «Вітер з порогів». І надалі продовжував оформляти фільми ще сім років.

1937 року на виставці радянських художників у Лондоні Кричевський отримав другу медаль. Цього ж року відбулася персональна виставка митця в київському Домі вчених.

Під час німецької окупації Кричевський лишився в Києві викладати. Наприкінці 1943 року разом із сім'єю переїздить до Львова, де стає ректором Вищої мистецької школи. 1944 року емігрує до Чехословаччини, потім до Австрії, Німеччини, Франції. 1945 року став почесним дійсним членом Української вільної академії наук у США. 1948 року переїздить до Венесуели до своєї дочки Галини Кричевської-Лінде, де через чотири роки помирає. 7 серпня 1975 року тіл В. Кричевського перенесено до США.

Василь Кричевський був талановитим у всьому творчому за що б не взявся. Не дивлячись на талант його знали, як дуже скромну людину, з якою, ще й можна було поторгуватися за ціну проєкту. Так Грушевський купив в нього креслення за 12 карбованців, замість 15. Вважав Україну самостійною державою і займався народною фрескою та мозаїкою.

В Україні його картини зберігаються в музеях Києва, Львова, Сум, Полтави, Канева, у приватних колекціях.

Висновки. Отже, ми можемо зробити висновок, що В. Кричевський відіграв важливу роль у розвитку нової української архітектури, як дослідник і знавець народної творчості, дизайнер, педагог і дослідник. Його знають як ключову постать українського мистецтва минулого століття.

Література. 1. Павловський В. Василь Григорович Кричевський. Життя і творчість. Монографія. Нью Йорк: Вільна Академія Наук США, 1974 р. – 316 с. URL: http://uartlib.org/allbooks/va_dim-pavlovskiy-vasil-grigorovich-krichevskiy-zhittya-tvorchist-monografiya/ 2. Павловський В. Василь Кричевський: майстер епохи Відродження. Бібліотека українського мистецтва. URL: <http://uartlib.org/vasil-krichevskiy-mayster-epohi-vidrozhennya/>

9. Штутгарт, як туристичне місто з неперевершеною архітектурою

Марія Ковтун, Світлана Буравченкова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Штутгартт- це столиця та найбільше місто землі Баден-Вюртемберг, знаходиться воно на заході Німеччини. Місто займає площу 207 км². За кількістю населення це шосте місто країни. Штутгартського регіону, який може похвалитися загалом 2,7 мільйонами жителів і 1 мільйоном працівників. Часто кажуть, що місто лежить у так званому «Штутгартському котлі» між лісом і виноградниками. Найближчі великі міста: Франкфурт-на-Майні (204 км у північному напрямку) та Мюнхен (220 км у південно-східному напрямку). Штутгарт має 10 міст-побратимів. У Штутгарті мешкають люди з понад 170 країн, які мирно живуть разом і разом формують якість життя. Більше половини всіх дітей і молоді в Штутгарті є мігрантами. Часто кажуть, що це місто це ідеальне поєднання культури та автомобілів. Це німецьке місто-лідер у галузі електронної мобільності та спільного використання. На нинішньому гербі Штутгарта зображено здибленого чорного коня на жовтому тлі. Саме Штутгарт і його околиці – домівка для деяких значних фігур німецької літератури, найбільш відомими з яких є Гегель, Шиллер і Гельдерлін. Архітектура Штутгарта дивовижна.

Матеріали і методи. У роботі використано сукупність наступних матеріалів та методів: пошукові (електронні ресурси)джерела- інтернет ресурси

Результати. Штутгарт здобув собі ознаку «міста архітекторів», яке характеризується простим та мінімалістичним дизайном та функціональною естетикою. Всесвітньо відоме архітектурне бюро Behnisch вважає архітектуру міста «не геометрично раціональною, проте виразною та чітко сформульованою.» Але крім того, тут розташовано 17 міжнародно відомих науково-дослідних інститутів, Також Штутгарт широко відомий як провідний комерційний центр і будинок двох великих виробників автомобілів, який є одним з найбільш привабливих міст Німеччини для туристів, і на те є кілька причин.

Перша – це зручне транспортне сполучення. Туристам легко дістатися навіть з аеропорту Штутгарта у самісінький центр міста менше ніж за годину на громадському транспорті. А якщо турист приїхав на головний залізничний вокзал, то він вже майже у центрі і за декілька хвилин ходьби від головних визначних пам'яток. Зараз головний вокзал (StuttgartHauptbahnhof) знаходиться частково на реконструкції, бо у квітні 1994 року був затверджений проєкт залізничного та міського розвитку-Штутгарт 21. Він є частиною нової та модернізованої залізниці та магістраліні для Європи урамках Трансевропейських мереж. Закінчення робіт планується у 2025 році. Раніше вартість проєкту оцінювалась в €2,5 млрд, однак зараз набагато перевищує заплановану вартість. Громадське транспортне сполучення для туристів дійсно зручне, бовключає автобуси, U-Bahn (так зване метро) та S-Bahn (швидкісна електричка- кожна зупинка приблизно 3 хвилини), які розташовані майже усюди. Тут є 6 ліній метро, 16 ліній трамвая, 56 автобусів. 1 млн щоденних поїздок громадським транспортом здійснюється по області і 890 000 автомобілів щодня проїжджають межі міста.

Друга причина, це те що у«місті архітекторів» розташовані видатні музеї мистецтва. Особливо хочу звернути вашу увагу на Staatsgalerie Stuttgart таKunstmuseum, два сучасних автомобільних музеї- музей Mercedes-Benz та музей Porsche.Це найпотужніший регіон Європи з точки зору експорту підтримує свою силу

через автомобільний і машинобудівний сектори. Також тут розташований один з провідних зоопарків Європи- Wilhelma. У цьому дивовижному зоопарку, який є також ботанічним садом, мешкає близько 8000 тварин, що робить його одним із найбільш різноманітних у світі зоопарків. У Штутгарті багато розкішних палаців та один з найбільших ринків Німеччини-Markthalle Stuttgart. Крім того, я не можу вам не розповісти про Штутгартську міську бібліотеку, яка приваблює себе своїм сучасним дизайном ззовні та технологічним наповненням всередині. Ідеальною відправною точкою для оглядової екскурсії є площа Шлоссплац: практично в жодному іншому місті палац не домінує над центром такою мірою, як тут. Штутгартський державний театр є найбільший мультижанровий театр у світі. Штутгарт також відомий своїми численними парками та зеленими зонами, чудовою культурною сценою, відомими районами міста з галасливою клубною сценою, виноградниками в центрі міста, мінеральними ваннами для відпочинку та багатьом іншим – одним словом: місто – це все висока якість життя. Штутгарт сучасний, урбаністичний, космополітичний, екологічний і іноді трохи гострий. (Самі архітектурні пам'ятки зроблені у стилі бароко, модерн і сучасного стилю.)

Третя причина, це те що у місті відбуваються численні фестивалі, концерти та свята, які і формують життя Штутгарта- саме тут відбувається Cannstatter Folk Festival (2-й за величиною фестиваль у Німеччині, фестиваль з численними атракціонами та пивними лавками), Weindorf Wine Festival (фестиваль їхнього вина), Весняний католицький карнавал і Різдвяний ярмарок (який як не дивно відкривається наприкінці листопада та є вже повністю прибраним на наступний день після католицького Різдва) до Міжнародного фестивалю анімаційних фільмів або Літнього фестивалю. В центрі містари можете насолодитися модними клубами та барами. Ці події настроюють темп міста, який є досить швидким у будні, а особливо Суботу, коли всі виходять з домівок та йдуть гуляти хто-куди, але наймовірно сповільнюється у неділю, коли працюють тільки музеї, виставки, театри, кафе та ресторани, всі магазини закриті-це дійсно вихідний для всіх.

Висновки. Штутгарт- це чудове місце для подорожі з столітньою історією. Воно має чудові місця, які приваблюють відвідувачів цілий рік. Місто влаштує багато фестивалів, є провідним центром з місцезоташування автомобільної промисловості, що й будує сильну економіку столиці Баден-Вюртембурга і дуже впливає на приток туристів до міста.

Література. 1. Лерман, Хлебніков: Штутгарт. Тюбінген, Ульм, Констанца, Боденське озеро. Путівник, 2005 р. 2. Germany Travel Guide: Stuttgart Tourist Guide - Finest Places of Stuttgart, 2016 3. Journey through Stuttgart - Reise durch Stuttgart, 2018.

10. Варвара Ханенко – донька, меценатка, дружина

Радько Євгенія, Буравченкова Світлана, Курас Артем
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Варвара Ханенко – видатна українська колекціонерка, меценатка та культурна діячка. Представниця інтелігенції ІХ – ХХ століть.

Матеріали і методи. Для обробки матеріалів тези було використано наступні методи: історизму, аналітики, порівняльний.

Результати. Варвара Ханенко народилася 9 серпня 1852 року у місті Глухові (Сумська область) у дворянській родині козацького походження – Терещенків. Була старшою донькою у сім'ї найзаможнішого підприємця («цукрового короля»), колекціонера та відомого філантропа Ніколи (Миколи) Артемійовича Терещенка. Дворянський титул із правом передачі його нащадкам отримав дід Варвари Артемій Терещенко (непримітний прикажчик у купця, що розбагатів на постачанні провіанту та корабельного лісу для флоту під час Кримської війни 1853-1856 рр.) за благодійницьку діяльність.



Мал.1. Варвара Ніколівна Ханенко

Через брак свідчень та документів про дитинство та юність Варвари Ханенко відомо тільки те, що вона «отримала домашнє виховання та «вихована в добрих традиціях благочестя». Єдиний артефакт її юності, що зберігся в Музеї Ханенків, – грубий том-конволют «Повного російсько-французького словника» 1867 року з монографією

«В. Т.» - «Варвара Терещенко».

Існують різні версії знайомства Варвари та Богдана Ханенко. За однією з них майбутнє подружжя познайомилося в Москві, де на той час проживала родина Терещенків, оскільки Нікола Терещенко, батько Варвари, опікувався храмом св. Тетяни при Московському університеті, а Богдан у той час був там студентом, за іншою – їхнє знайомство відбулося в Києві (з 1875 року Терещенки живуть у Києві), куди приїздив уже петербурзький молодик адвокат Богдан Ханенко. 1874 року пара одружилася.

Ханенки захоплювались колекціонуванням. Варвара надавала перевагу самобутньому, народному мистецтву: кераміці, майоліці, іконам; Богдан – вишуканому та високохудожньому: майсенській порцеляні, італійському і голландському живопису. Подружжя також займалося меценатством та громадською діяльністю.

Першою меценатською справою Варвари Ніколівни було створення двокласного селянського училища у своєму маєтку в селі Райгородці Черкаського повіту. У селі

Оленівка в Київській губернії за сприяння пані Ханенко було відкрито загальноосвітню школу з ремісничим відділенням (ткацьке ремесло і столярство). Роботи талановитих учнів навчального закладу користувалися попитом як в селі, так і за кордоном. Було організовано освітні вечірні курси та бібліотеку для селян.

У с. Могильному на Поділлі за кошти Варвари Ханенко відкрили чотирикласну школу, меценатка повністю фінансово забезпечувала початковий заклад та екскурсії учнів до визначних місць України. Було збудовано чотирикласну школу у селі Мощенна. За участі Варвари Ніколівни в Києві було створено першу в імперії жіночу комерційну школу.

З метою популяризації, підтримки та розвитку українського народного мистецтва за ініціатииви пані Ханенко було створено Київське кустарне товариство (її обрали головою, але вона відмовилася на користь княгині Н. Яшвіль), ткацьку школу й майстерню у мастку Ханенків у селі Оленівка (початок ХХ століття).

Вироби Оленівських майстрів цінувалися як в Російській імперії, так і за кордоном (магазин килимів та вибіюк у Лондоні тощо), їх презентували на різноманітних виставках, зокрема у Києві та Санкт-Петербурзі. Художній рівень витворів було відзначено золотою медаллю. З адля розвитку української археології та джерелознавства подружжя Ханенків не тільки фінансувало археологічні розкопки, а й видало 6 збірників «Древности Приднепровья» протягом 1899 – 1907рр. з описами, аналізами та результатами досліджень.

Після смерті чоловіка Варвара Ханенко продовжила їх спільну справу – створення у Києві художнього музею. Вона клопоталася про збереження колекцій, не зважаючи на Першу світову війну та її наслідки. 15 грудня 1918 року Варвара Ханенко склала дарчу, за якою подарувала свій палац, колекцію та бібліотеку Українській Академії Наук. Вона висловила також побажання, щоб при музеї був створений Інститут історії мистецтв, і щоб музей носив ім'я Ханенків. Лише 1921 р. Всеукраїнська Академія наук вступає у володіння Музеєм.

Було затверджено статут Музею мистецтв імені Б. І. і В. Н. Ханенків Української Академії наук, створено Раду для керування роботою Музею, і Варвара Ніколівна увійшла у її склад.

Висновки. Варвара Ханенко – це яскрава постать, яка зробила свій унікальний внесок в історію культури та освіти України. Життєва позиція, непорушні погляди та відданість своїй справі показали справжню міць цієї освіченої української жінки.

Література. Коляда І., Іщенко А. Богдан і Варвара Ханенки: кохання, що слугувало мистецтву [Електронний ресурс]. Науково-популярний нарис. Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, м. Київ, 2020. – Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/31403/Koliada.pdf;jsessionid=B47592A679BC878939FE7D17FC59A717?sequence=3> 2. Департамент культури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), публічна бібліотека імені Лесі Українки м. Києва, відділ краєзнавчої літератури та бібліографії. Видатні жінки Києва: Варвара з роду Терещенків (Варвара Ханенко – колекціонерка, благодійниця, музеєтворець : до 165-річчя від дня народження) [Електронний ресурс]. Біобібліографічний нарис. Вип. 2. Київ, 2017. – Режим доступу: <https://www.calameo.com/read/00510385332753e1e0cb9> Мяскова Т. Варвара Миколаївна Ханенко та доля її бібліотеки [Електронний ресурс]. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2011. Вип. 31. С. 298-311. – 3. Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0000000574>.

11. Становлення та розвиток української літератури XIX століття

Ольга Орендарчук, Олександр Пилипенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Найважливішим підсумком більш як півстолітнього періоду розвитку нової української літератури було те, що в середині XIX ст. основним літературним напрямом в Україні стає поряд із романтизмом реалізм. Особливо інтенсивно процес його утвердження проходить з початку 40-х років.

Матеріали і методи. Істотними показниками прогресу літературної критики були поступове вироблення історичного підходу до аналізу та оцінки літературного процесу в Україні, виявлення генетичної і типологічної спільності її явищ із явищами російської, польської та інших слов'янських, а також західноєвропейських літератур. Значний внесок у формування естетико-теоретичних засад літературної критики та їх практичного застосування до аналізу літературного процесу.

Результати. У 40-ві – 60-ті роки XIX ст. поступово формувалася концепція української літератури як такої, що має давні багаті традиції і засобами літературної мови обслуговує всі частини політично роз'єданого українського народу. У XIX ст. в українській літературі ще простежувалося своєрідне співіснування бурлескно-трагестійного, романтичного і реалістичного стилів, але вже з виразною перевагою реалістичного напрямку.

Найвищим досягненням українського мистецтва слова є творчість Шевченка, у якій глибокий соціальний зміст поєднується з довершеною художньою формою. Успадкувавши й продовживши найкращі традиції вітчизняної літератури та засвоївши здобутки світової художньої культури, Шевченко створив міцні реалістичні основи української літератури. З ним прийшов у літературу новий тип художника, органічно пов'язаного з народом, виразника й володаря його дум і найпрогресивніших соціальних прагнень, гуманістичних ідеалів.

Шевченко очолив представників тих орієнтацій, у яких передові суспільно-політичні та естетичні ідеї поєднувалися з глибоким соціальним аналізом дійсності в художній творчості. В руслі цього напрямку розвивалася творчість Марка Вовчка, Л. Глібова, С. Руданського, А. Свидницького та ін.

На політичне й духовне життя України відчутний вплив справляли революційний рух у Західній Європі, а також могутня хвиля ідей всеслов'янського національно-культурного відродження.

Помітну роль в інтенсифікації літературного життя відіграли періодичні видання – альманахи 40-х років, а згодом і перші українські газети («Зоря галицька») і журнали («Основа», «Вечерниці», «Мета»), «Записки о Южной Руси», альманах «Хата» та ін.

Висновки. Нагромадження художнього матеріалу висунуло потребу його систематизації і критичного осмислення. Літературна критика, що сформувалась у 40-ві — 50-ті роки XIX ст., відіграла значну роль у відстоюванні та обґрунтуванні прав і можливостей розвитку української літератури, в удосконаленні її мови, утвердженні реалістичних засад.

Література. 1. Крип'якевич І., Терлицький М., Історія України. К., 2010. 310 с. 2. Бойко О.Д. Історія України: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2018. 720с. 3. Левицька Н.М історія державності та культури України, К.: НУХТ, 2021. 380 с. 4. Історія української культури. URL: <https://ukrlit.net/info/xix/41iki.html>

12. Василь Кричевський – видатна постать українського мистецтва (до 150-річчя від дня народження)

Катерина Давиденко, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Василь Кричевський знаний в Україні передусім як видатний архітектор - фундатор нового національного стилю в архітектурі – українського архітектурного модерну. Його творчість та здобутки значно ширші і значущі, але в радянський час замовчувалися роками.

Матеріали і методи. Під час виконання роботи були використанні статті і книги, присвячені цій особі, новітні матеріали інтернет ресурсів до ювілейної дати, знайденні цікаві факти з життя та творчості митця, а також проаналізовані роботи.

Результати. Василь Кричевський – яскравий самородок, який впертою працею і силою свого обдарування вибився на широкий шлях великого мистецтва і став не тільки визначним архітектором, художником, а й одним з видатніших вчених мистецтвознавців своєї країни.

Про роль і місце Кричевського в українській культурі влучно сказав його сучасник, художник і поет Святослав Гординський: «Якщо уявити собі мистецтво якогось народу як храм, що спирається на колони, то власне, однією з таких колон українського мистецтва був Василь Григорович Кричевський».

Діяльність митця обіймає понад півстоліття (1897-1952), припадаючи на період бурхливого розвитку української культури і мистецтва. Видатний і своєрідний маляр-пейзажист, педагог і мистецтвознавець, від одночасно виступав новатором в архітектурі, в книжковій графіці, в ужитковому мистецтві та в оформленні театральних і кінематографічних вистав. Зокрема, саме Кричевський оформив славетний фільм Олександра Довженка «Звенигора».

Василь Кричевський був також вченим і досліджував українське народне мистецтво будівництво, вивчав етнографію та археологію України. Він був педагогом – професором Української Державної Академії Мистецтв та різних мистецьких інститутів. Він працював у прикладному мистецтві: за його проектами виробляли килими, вибійки, меблі, вишивки, посуд – все це він творив, черпаючи своє натхнення з мистецької творчості українського народу.

Василь Григорович підготував власні проекти великого і малого Державних гербів України (у 1918 році офіційним Гербом України затверджено саме його Тризуб), також працював над проектами паперових грошей і поштових марок УНР (в обіг тоді випустили двогривенну банкноту, виготовлену за проектом Кричевського).

Він, що досяг значних успіхів у мистецтві, один із новаторів української архітектури, творчість якого мала вплив і продовження у культурі України впродовж ХХ століття, став свідком знищення багатьох своїх художніх робіт і проєктів, та, врешті, змушений був залишити Україну та емігрувати.

На його ім'я понад півстоліття було накладено табу. В СРСР свідомо замовчувалися заслуги майстра, йому не пробачили вимушену еміграцію за кордон. Слава Богу, часи змінилися, і Василь Кричевський повернувся на батьківщину - у своїх творах.

Висновки. Отже, Василь Кричевський – одна з найпотужніших і самобутніх постатей українського мистецтва кінця ХІХ – середини ХХ століття. Немає галузі мистецтва, у якій би не проявився творчий вплив, всебічна індивідуальність митця. У багатьох із них він виступає як новатор і творець українського національного стилю.

13. Андріївський узвіз у серці моєї родини

Ксенія Коваленко, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У самому серці Києва розташоване чарівне місце під назвою Андріївський узвіз. Вже кілька століть він радує місцевих жителів та туристів своєю неймовірною архітектурою, затишними кафе, де можна відпочити та відволіктися від міської метушні. Ця вулиця безпосередньо пов'язана з цілим відрізком життя минулих поколінь моєї родини і була джерелом творчого натхнення мого дідуся, професійного художника, який отримав вищу художню освіту.

Матеріали і методи. Використано власний метод історико-культурного дослідження на основі творчого доробку окремого митця.

Результати. У 80-ті роки моя мама зі своїми батьками жили на Андріївському узвозі. Ця вулиця-музей є історичним ланцюжком, який поєднує верхнє Старе Місто з Подолом, давнину і сучасність і який увінчується Андріївською церквою – цією справжньою перлиною Растреллі (як поетично назвала її Ліна Костенко). Вони жили в єдиному на той час сучасному будинку, збудованому ще у 60-ті роки. Навпроти нього височить Замок Річарда Левине Серце – найтаємничіша та найзагадковіша будівля Києва. Це опоетизована назва будинку № 15 на Андріївському узвозі — пам'ятки початку ХХ ст., спорудженого в стилі англійської готики. Названий киянами на честь англійського короля Річарда I Левове Серце, героя роману Вальтера Скотта «Айвенго». Будинок у вигляді старовинного замку стоїть на складному рельєфі колишньої літописної гори Уздихальниці нижче від Андріївської церкви. Його величність і надприродність неодноразово викликали зацікавленість, як у місцевих, так і у гостей міста.

Нижче по вулиці розташований будинок-музей Михайла Булгакова, відомий також як Дім Листовничого, в якому автор мешкав на початку ХХ ст. разом зі своєю дружиною. Письменник атмосферно описав його у своєму романі «Біла гвардія», тому його ще називають Дім Турбіних. Це місце стало осередком теплої любові письменника до нашого міста.

Мій дідусь, Оришич Віктор Петрович (1946-2018), який отримав освіту у славетному Мухінському училищі, вищому навчальному закладі С.-Петербур, захоплювався літературною спадщиною Булгакова і містичною магією Андріївського узвозу і поєднав це у власних витворах мистецтва. Він писав картини і у 80-90-ті роки створив цілу серію гравюр, присвячену Андріївському узвозу і роману Булгакова «Майстер і Маргарита». Персонажів цього твору мій дідусь оселив саме в Замку Річарда, фантастичний силует якого він бачив просто з вікна власної кімнати. У всіх творах мого дідуся відчувається любов до чарівної дореволюційної архітектури, неповторної бруківки, старовинних чавунних ліхтарів і затишних маленьких куточків історичного центру Києва. Основна частина колекції картин, гравюр та ікон залишилася в нашій родині, інша частина була подарована друзям та рідним. І ще певна кількість картин і багато гравюр, присвячених Андріївському узвозу та творчості Булгакова, були продані під час художніх ярмарків, які традиційно проводилися на День Києва.

Висновки. Саме завдяки творчому доробку мого дідуся я відкрила для себе чари Андріївського узвозу. Ця вулиця – історична артерія нашого міста, яка навіть за своєю схемою нагадує кардіограму та є справжнім серцем Києва.

14. Черняхівська культура на території Волині

Сніжана Кохман, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У перших століттях нашої ери на території Волині та Волинського Полісся проживали племена черняхівської культури. Планомірне систематичне вивчення Черняхівської культури розпочалось після Другої світової війни.

Матеріали і методи. Дослідження поселень черняхівської культури, вивчення історії племен та розгляд цікавих стародавніх пам'яток знайдених на території Волині. Причиною зацікавлення темою стала знайдена на власній садибі сокира черняхівської культури.

Результати. Археологами складено карту черняхівських пам'яток. Якщо у 1960 році було відомо понад тисячу поселень, то у 80-х рр. на археологічній карті їх з'явилося близько трьох тисяч. Всі дослідники черняхівської культури зазначають наявність спільних рис, властивих її носіям: розвинуту економіку, основою якої були землеробство та ремісництво; інтенсивний обмін з античним світом; близькість форм кераміки, виробів з металів і кістки; розміщення поселень на розлогих схилах річок та струмків; поширення безкурганних могильників. Утім існували й місцеві особливості — в поховальному обряді, кераміці, житлобудівництві. Поселення мають характерні особливості. Порівняно з доскіфською і скіфською добою, коли городища були укріплені, майже неприступні, громади настільки відчували себе у безпеці, що укріплення, у тому числі воєнізовані, зникають повністю: селища відкриті з усіх боків. Жоден могильник чоловічого поховання не містить меча чи іншої зброї. Це свідчить про те, що мирне життя не диктувало потреби мати зброю у потойбічному світі. Натомість його забезпечували їжею, посудом, вівцею і поруч з нею залишали ножа, аби можна було врізати собі шмат м'яса та добре поїсти. Розрізнені угруповання створювали майже єдину топографічну нерозчленовану цілість і культурно-топологічну єдність. Також варто згадати про господарську робочу сокиру, за датуванням вона використовувалася від 2 ст. до н.е. до 5 ст. н.е. Специфічна конструкція кріплення – замість звичного наскрізного отвору – заглиблення у вигляді призми на всю глибину. Сокири такого типу кріпилися на Г-подібне топорище і фіксувалося смолою.

Висновки. Волинь і Волинське Полісся з I тис. н. е. були заселені представниками черняхівської культури, яких історики називають праслов'янами. Вони вступали в економічні, політичні та культурні відносини з Римською імперією. Можна без перебільшення сказати, що римські монети, поруч з археологічними та писемними даними, є ще одним важливим джерелом для вивчення історії давніх слов'ян.

Література.

1. Баран В.Д. Черняхівська культура
https://shron1.chtyvo.org.ua/Baran_Volodymyr/Cherniakhivska_kultura_Za_materialamy_Verkhnoho_Dnistra_ta_Zakhidnoho_Vuhu.pdf? 2. Черняхівська культура: матеріали досліджень / ОІУМ. Київ; Луцьк: ІА НАН України; ІО НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2011. № 1. 244 с.

15. Нарбут і українська академія мистецтв

Альона Сурай, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Георгій Нарбут – видатний український художник-графік, ілюстратор. Автор перших українських державних знаків (банкнот і поштових марок) і проекту герба Української держави. Один із засновників і ректор Української академії мистецтв - першої в історії України вищої школи художньої освіти

Матеріали і методи. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, узагальнення. Інформаційною базою дослідження послуговували праці вітчизняних учених, статті, опубліковані в періодичних виданнях, архівні матеріали тощо.

Результати. Художню освіту майстер здобув приватно, техніку графіки опановував самотужки, а в двадцять років вже надрукував твори у столичному видавництві. У Петербурзі у 1906-1917 роках працював і вчився у славетних графіків І. Білібіна та М. Добужинського, потім повернувся в Україну, аби у 1917-у році стати одним з професорів-фундаторів Української Академії Мистецтв, а згодом – і її ректором. 18 грудня 1917 року Центральна Рада ухвалила закон, що регламентував діяльність Української академії мистецтв, завершивши тривалий процес формування української школи вищої художньої освіти. Її ректором був обраний художник Федір Кричевський. Ідея створення Української академії мистецтв (УАМ) виникла улітку 1917 року. Саме тоді її ініціатори обговорили це питання з головою Центральної Ради Михайлом Грушевським та генеральним секретарем освіти Іваном Штешенком, за дорученням якого була створена комісія, що мала провести підготовчу роботу та підготувати статут УАМ. Її очолив професор мистецтва Київського університету Св. Володимира Г. Павлуцький, а до складу увійшли крім майбутніх професорів також член Центральної Ради Дмитро Антонович, директор Міського музею Микола Біляшівський, літературознавець Павло Зайцев та етнограф Данило Щербаківський.

У листопаді 1918 року, було засновано Українську академію наук, яку очолив учений і філософ Володимир Вернадський. Однак повноцінно реалізуватися проект Академії мистецтв в епоху тотальної політичної нестабільності він не міг. Невеличка група професорів-ентузіастів і студентів працювала без постійного приміщення й необхідної матеріально-технічної бази. І все-таки підвалини української художньої школи було закладено. Біля витоків Академії стояли художники різних позицій і поглядів, прихильники академічного модерну, постімпресіонізму, сецесіону, експресіонізму

За рік після вбивства Мурашка пішов із життя ректор Академії Георгій Нарбут. Навчальний заклад аж до його реорганізації більшовиками 1922 року фактично курував національно орієнтований монументаліст Михайло Бойчук. У ці голодні повоєнні роки майстерня Бойчука дала життя цілій плеяді молодих художників що стануть відомими як «бойчукісти».

У роки незалежної України постановою Кабінету Міністрів від 17 грудня 1992 року закладові було повернуто первісну назву Українська академія мистецтв, з 1998 року вона стала Академією образотворчого мистецтва і архітектури, у 2000 р. їй надано статус національної.

Висновки. Отже, Георгій Нарбут зробив значний внесок в культуру України. Створення Української академії мистецтв дало можливість українським митцям отримати знання у своїй країні без потреби переїзду та інтегрування за кордоном.

16. Петриківський розпис – феномен мистецтва українського народу

Вікторія Чубко, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Одним із символів України є петриківський розпис. Центром виникнення декоративного розпису є село Петриківка Дніпропетровської області. 5 грудня 2013 року петриківський розпис було включено до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО.

Матеріали і методи. У роботі використано метод описовий. Матеріалом для дослідження послуговувалася петриківський розпис, власні художні роботи автора виконані у цьому стилі.

Результати. Найпоширенішим видом декоративно – ужиткового мистецтва був настінний розпис селянських хат, комор і деяких надвірних споруд. Відомо, що народний настінний розпис був поширений в Україні в останні десятиліття XIX – першій третині XX століття. Про розпис селянських будівель в Україні знаходимо згадку в повісті М. Гоголя «Ніч перед Різдом», в поемі «Марина» Т. Г. Шевченка.

Петриківський розпис здавна приваблював дослідників та народних умільців. Коли саме почали малювати петриківкою достойно не відомо. Деякі дослідники свідчать, що Петриківський розпис з'явився у XIV столітті. Інші говорять, що він існував ще за часів Київської Русі. У самих Петриківцях кажуть, що розпис вигадали козаки. «Петриківка» це пелюстки, листя, стебельця, кетяги калини, казкові птахи. Сміслові ознаки народного розпису є частиною фольклорно – образного розуміння дійсності, природи, космологічних уявлень народу. Тобто, розпис виконував роль своєрідного оживлення, щопов'язується з життєтворчими силами природи, тому основні елементи символіки відтворювали народні знання і уявлення.

Після відвідування з однокласниками «Кімнати казок», що працює в центральній бібліотеці м. Білої Церкви, – на масиві Леваневського, я зацікавилася українським розписом. Ця кімната справжній витвір мистецтва, чудо, створене людськими руками. А створили його мистецькі руки подружжя художників – Марфи Тимченко, Івана Скицюка та їх доньки Олени. М. Тимченко – народний художник України, лауреат Державної премії ім. Шевченка, лауреат премії ім. Катерини Білокур. Іван Стицюк – заслужений майстер народної творчості України. Працювали художники над розписом кімнати протягом 1982 – 1983 рр. Стіни розписані в стилі «петриківка» символізують три стихії – повітря, воду, землю.

Мені випало щастя займатися у зразковій студії петриківського розпису «Азалія» Центру творчості дітей та юнацтва «Соняшник», якою керує член спілки майстрів декоративно – ужиткового мистецтва Білоцерківщини Людмила Мар'янівна Красніцька – Луцик. За період навчання в студії я освоїла різні техніки розпису, а саме: петриківського та самчуківського. Неодноразово була присутня на майстер класі відомих митців. Починаючи з 2014 року активно брала участь та посідала призиви місця у місцевих, регіональних і міжнародних конкурсах, виставках. Закінчила навчання в 2020 році у Центрі позашкільної освіти та професійного самовизначення учнівської молоді «Соняшник» Білоцерківської міської ради Київської області, у народній студії петриківського розпису «Азалія» і отримала свідоцтво про позашкільну освіту.

Висновки. Отже, декоративне мистецтво – це наша гордість безцінне надбання народу, яке охоплює сферу знань, естетичні погляди, обрядові аспекти.

17. Мовна субкультура сучасної молодіжної спільноти

Ярослав Гвоздиченко, Людмила Приблуда

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Георгія Сікорського», Київ, Україна

Вступ. Будь-яка культура демонструє складний спектр субкультурних елементів і, отже, офіційна культура ніколи в розвиненому суспільстві не буває єдиною, на її тлі завжди існують різні суб- та контркультури, що відмежовуються від магістрального напрямку розвитку або протиставляють себе йому, приводячи тим самим у рух механізм соціодинамики.

Методи та матеріали. У дослідженні використано описовий метод.

Результати. Кожне суспільство володіє нормативною культурою із ретельно розробленою системою стандартизованих правил, що характерні і для мовної культури. Проте її стійкість не є абсолютною. Мовна культура поступово змінюється під безперервною дією розмовної мови, різних підмов соціальних і професійних груп населення, інших мов. Тобто, потрібно розглядати мовну культуру як симбіоз національної традиції і субкультурних явищ, в історичній динаміці якого роль кожного елементу однаково важлива і в рівній мірі першорядна.

Мовна культура сучасної молоді України є простором, де молодим людям «дозволено» висловлювати себе інакше, аніж у звичайних сферах діяльності. Це простір, де їм «дозволено» пограти з ієрархією дорослого світу, одночасно залишаючись частиною цього зовнішнього світу, і, отже, розділяти його норми і цінності. Тому, вивчення мовної культури як форми культурної активності сучасної української молоді неможливе без вивчення впливу процесів глобалізації на форми молодіжної субкультури.

Культура мовлення сучасної молоді репрезентує собою молодіжний жаргон, що як різновид соціального діалекту обслуговує певну соціальну групу. Він має типову стилістичну маркованість: знижено-грубувату, вульгарну, фамільярну, що й забезпечує йому експресію в іронічно-жартівливому ключі. Зі зміною оцінки сленгу в суспільстві, а також ролі сленгу в мовленні, його починають сприймати як засіб вираження.

Мовлення української молоді утворює динамічну систему, що постійно розвивається. Зі зміною одного модного явища іншим старі слова забуваються і з'являються нові. Основними причинами функціонування молодіжного мовлення впродовж такого тривалого часу є те, що воно – це відхід від повсякденності, гра, іронія, маска.

Висновки. Мовна культура є невід'ємною частиною кожного суспільства, кожної групи людей та особи, а, особливо, молоді особи. Саме на основі культурних цінностей, складовою яких є мовна культура, будуються основні стереотипи суспільства, основні його характеристики, визначаються напрямки розвитку молоді, що водночас є і основним носієм мовної культури, основним її перетворювачем.

Література. 1. Александрова В. Мовленнєва культура сучасної молоді / В. Александрова // Проблеми підготовки сучасного вчителя. № 8. Ч. 2. 2015. С. 7 – 11. 2. Білецька О. О. Формування мовної субкультури сучасної молоді України в умовах глобалізації. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45819/36-Biletckaya.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.02.2021).

18. Культура як засіб адаптації українця до іспанського середовища в умовах вимушеної еміграції воєнного часу

Марія Демчихіна, Сергій Береговий

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В нашій країні вже рік триває війна. Багато доль змінилось і чимало українців прийняли не найлегші рішення у своєму житті. Що мені робити? Як зберегти себе та сім'ю? Хоча б раз кожен задавав собі ці питання.

Матеріали і методи. В даній роботі було використано методи аналізу шляхом бесід з емігрантами України та висвітлення найбільш турбуючих тем, зокрема культурної адаптації до іспанського середовища. Також досліджені окремі мистецькі шедеври, архітектура Барселони, витвори Антоніо Гауді. Найбільш цікавий та чарівний храм Святого Сімейства (Sagrada Familia).

Результати. Еміграція - явище, яке багато українців відчули на собі в період війни. Вийхати – не така велика проблема, набагато більше турбує питання адаптації та пристосування до нового життя. Багато хто обирав країну для безпечного місцезнаходження дуже швидко та необдуманно, деякі навпаки - їхали тільки туди, де є родичі або близькі люди, щоб не залишитись наодинці з проблемами інтегрування в інше середовище. В кожного різна доля і різні обставини, але чимало емігрантів турбує питання: «Як пристосуватись до нового життя?». Опинившись в Іспанії, а саме в Барселоні, без друзів і знайомих, і перебуваючи тут вже близько пів року, я виявила для себе деякі аспекти, які особисто мені допомогли адаптуватись до абсолютно іншої культури та зробити це порівняно легко.

У спілкуванні з іноземцями так чи інакше звертаєшся до культури – своєї, про яку можеш розповісти щось захоплююче і зовсім невідоме іншим, висловити певне розуміння і оцінки побаченого тут. Все це відіграє роль у приязливих стосунках, позбавляє емігрантського комплексу культурної меншовартості. Я одразу звернула увагу на архітектурний образ цього різноманітного міста. Витвори дивовижного архітектора Гауді захоплюють подих. Роздивляючись його споруди, забуваєш як лине час.

Перш за все я хочу показати найбільш позитвні сторони цієї країни, але бути відвертою та розповісти про тяжкі моменти пристосування до зовсім незвичної для українця іспанської культури. Питаючи кожного з емігрантів, що йому найбільш подобається в Іспанії, я чую переважно лише одну відповідь: «Погода, їжа, люди», але чи достатньо цього для відчуття щастя та наповненості? Чи вистачить сонця на небі для того, щоб залишити тут і через 5, 10, 20 років, сказати: «Так, я люблю тебе, Іспанія!»?

Висновки. В цій доповіді я розповідаю про свій маленький досвід, який, хочеться вірити, допоможе іншим побачити Барселону під різними кутами. Закохатись в неї та зрозуміти, які таємниці приховує.

Література.

- <https://gaudi-decor.in.ua/ua/антоніо-гауді/>
- https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cul/2016/06/160610_vert_cul_gaudi_unfinished_business_vp
- <https://visitukraine.today/uk/blog/675/ukrainians-in-spain-will-be-able-to-receive-financial-assistance>

23.3. Philosophy and psychology

Chairperson – associate professor Valeriy Pavlov

Secretary – associate professor Larysa Sarakun

23.3. Філософія і психологія

Голова – доцент Валерій Павлов

Секретар – доцент Лариса Саракун

1. Раціоналізм та ірраціоналізм у філософії

Володимир Пстухов, Валерій Павлов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Питання про раціоналізм та ірраціоналізм у філософії – це питання про те, чому конкретні філософські напрями, течії, школи віддають перевагу при пізнанні дійсності та поясненні причин і механізмів людської життєдіяльності: феноменам розуму чи того, що має «нерозумний» характер – стосується емоцій, інтуїції, релігійної віри тощо.

Методи. Використовувались методи текстуального аналізу, порівняння, конструктивної критики, сходження від абстрактного до конкретного, єдності історичного та логічного.

Результати. Раціоналізм (від лат. *rationalis* – розум, розумний) – парадигма у філософії (і не тільки в ній), що визнає розум основою пізнання та поведінки людей. Один з творців європейського раціоналізму Р. Декарт був переконаний у безмежних можливостях людської свідомості. Такий підхід впродовж великого відрізка часу мав широке розповсюдження у світі, передусім в Європі. Видатний німецький соціолог кінця XIX – першої чверті XX ст. М. Вебер вважав, що важливою характеристикою європейської цивілізації є прогресуюча раціоналізація людської діяльності. В рамках багатьох філософських вчень послідовно проводилась думка про пріоритет розуму в моралі, економіці, політиці, інших сферах індивідуального, колективного та суспільного буття людей. Ідея про можливість на основі адекватного пізнання дійсності створити умови для належного рівня життя всім індивідам та вибудувати державу, яка буде відстоювати і захищати їх інтереси, середовищем виникнення та функціонування має саме раціоналістичну парадигму.

Однак ще в кінці XVIII ст. німецький мислитель І. Кант у своїй праці «Критика чистого розуму» спробував довести, що людський розум, на який опирається наука, володіє неусувними недоліками, а наукове, раціональне пізнання обмежене певною непереможною межею. Відстоював позицію, згідно з якою істинне пізнання глибинних сутностей дійсності у всій різноманітності її проявів (т. з. речей в собі) принципово неможливе. Розум здатний досліджувати тільки світ явищ. Поступово було створено підґрунтя для формування протилежної раціоналізму гносеологічної та світоглядної парадигми: акцент потрібно робити не на розумі, а на тому, що є його антиподом, тобто на ірраціоналізмі.

Одним з основоположників такого світобачення став німецький філософ першої половини XIX ст. А. Шопенгауер. Ірраціоналізм (від лат. *irrationalis* – нерозумний, несвідомий) апелює (у пізнанні, практиці, оцінюванні дійсності) до всього, де доля розуму не просто мінімізована, а взагалі відсутня. І хоча в сучасній філософії існують концепції та теорії, які мають виражений раціоналістичний характер, лівова частка «філософської території» знаходиться під «контролем» ірраціоналізму. Він яскраво представлений, в тому числі, в рамках різноманітних релігійно-філософських вчень.

Висновки. Раціоналізм та ірраціоналізм – діалектичні протилежності, функціонування яких здійснюється на основі законів діалектики, в т. ч. закону єдності і боротьби протилежностей. Популярність цих філософських парадигм завжди має конкретно-історичний характер і залежить від низки об'єктивних та суб'єктивних чинників, сфер прояву. Важливо, щоб кожна з цих протилежностей не абсолютизувалась.

2. Емпіричне і теоретичне в науці

Діана Шпаченко, Валерій Павлов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Наука – надзвичайно складне утворення, в якому органічно взаємопов'язані його різні сторони, що мають безпосереднє відношення як до отримання знання про світ, так і особливостей функціонування самого знання. Один з вимірів науки – буття в ній двох рівнів: емпіричного та теоретичного. Кожен з них має власну специфіку і різну міру присутності в конкретних сферах цього прояву духовної культури людства.

Методи. Використовувались методи порівняння, аналізу і синтезу, узагальнення, єдності історичного та логічного.

Результати. Вихідне методологічне положення, з позицій якого можна і потрібно аналізувати феномени емпіричного і теоретичного, зводиться до того, що знання, добуте емпіричним шляхом, – це знання про явища, в той час, як знання про сутність продукується на рівні теорії. В емпірії довіліе чуттєвість, яка реалізує себе в таких формах пізнання (і водночас існування знання) як відчуття, сприйняття, уявлення. Варто пам'ятати і про те, що ці знання добуваються за допомогою емпіричних методів пізнання. Передусім йдеться про споглядання та експеримент. Щодо теорії, то тут ситуація зовсім інша. Це прерогатива розуму, в рамках якого пріоритетну роль відіграють ідеї, парадигми, концепції, науково обґрунтовані узагальнення тощо. Та й методи пізнання інші: ідеалізація, сходження від абстрактного до конкретного, єдність історичного та логічного та ін. Надзвичайно цікавим є питання про те, як в історії філософії та в історії науки формувались й існували уявлення про специфіку означених феноменів і їх роль у накопиченні й існуванні знань.

В класичних формах емпіризму (починаючи з Ф.Бекона) теоретичне знання розглядалось як вивідне шляхом індукції із емпіричного. При цьому емпіричне фактично отожднювалось з даними чуттєвого досвіду, які отримував суб'єкт, освоюючи світ. Феномен теоретичного мав відповідну аргументацію: теорія виникає на основі чуттєвого пізнання і даних чуттєвого досвіду шляхом їх узагальнення.

З часом стало зрозуміло, що при всій важливості взаємозв'язку емпіричного і теоретичного процедура не настільки проста. Теоретичне, незважаючи на даний взаємозв'язок, далеко не завжди може бути вибудоване на основі емпірії. Та й взагалі йдеться про принципово, якісно різні форми буття знання і пізнавальні процеси. Це стало очевидним після того, як природознавство поступово позбавлялось «голого емпіризму», а соціогуманітарні науки зробили висновок, що при поясненні функціонування суспільства не можна оперувати тільки емпіричним знанням. З усією силою він представлений у філософії марксизму. Марксизм показав, що суспільні закони функціонують, як і закони природи, об'єктивно, незалежно від людей, але позбавлені чуттєвої очевидності. Поступово стало зрозуміло: теорія у значній кількості випадків є самодостатнім утворенням, незалежним від будь-яких проявів емпірії. Значний внесок в нове трактування теоретичного зробила герменевтична філософська традиція.

Висновки. Емпіричне і теоретичне, емпірія і теорія в рівній мірі значимі у людському житті, практиці життєдіяльності індивідів, великих і малих соціальних груп, суспільства в цілому. Кожне з цих утворень, постійно зберігаючи власну специфіку, виконує власну роль, допомагає накопичувати і зберігати людям знання про себе і світ.

3. Філософський контекст екології

Валерія Потапенко, Валерій Павлов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Автором терміну «екологія» є німецький вчений Е. Геккель. Вперше використав його у 1866 р. для назви науки, яка досліджує функціонування різноманітних біологічних систем, що своєю організацією якісно відрізняються від конкретних (одиначних) живих організмів, тобто мають надорганізмовий характер. Тоді екологія розглядалась як складова біології. В сучасному соціумі дане поняття має зовсім інший зміст.

Матеріали і методи. Використовувались методи аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення.

Результати. По мірі розвитку суспільства уявлення людей про те, чим є екологія, поступово змінювались. Врешті-решт, сформувалось нинішнє трактування цієї форми знання – наука, яка вивчає закономірності відносин між організмами і довкіллям, а також організацію та діяльність надорганізмових систем (популяцій, видів, біоценозів, біосфери).

У змістовне поле екології крім біологічного контексту увійшов і контекст соціальний. Йдеться про широке поле взаємозв'язку і взаємодії природи та суспільства. Саме у цій площині виникають і функціонують т. з. екологічні проблеми, що несуть в собі загрози як для соціуму, так і для природи.

Філософія цікавиться екологією в першу чергу тому, що в ній яскраво проявляє себе особливий зріз предмету філософії – «відношення "людина–світ"». Всі екологічні питання і проблеми більшою чи меншою мірою мають філософське забарвлення, оскільки безпосередньо чи опосередковано «замикаються» на людину. З 60-х років минулого століття їх актуальність постійно зростає.

Філософське осмислення екології представлено двома взаємопов'язаними і водночас різними рівнями – фундаментальним та прикладним. Перший – філософська рефлексія над феноменом життям у широкому розумінні цього слова (від найпростіших біологічних утворень до функціонування суспільства). Йдеться про межі неживої і живої матерії, причини і механізм виникнення життя, відмінність і водночас взаємозв'язок флори та фауни, роль живого у функціонування планети, його різноманітні трансформації та перспективи існування, можливості існування позаземних цивілізацій. Це величезний пласт надзвичайно цікавого матеріалу, що стосується як минулого, так і сучасного та майбутнього. Прикладний рівень пов'язаний з осмисленням та пошуком шляхів вирішення численних екологічних питань і проблем, які існують в сучасному суспільстві (забезпечення населення продуктами харчування, водою і житлом; забруднення довкілля; загроза ядерної війни тощо). Одне з надзвичайно складних і водночас важливих завдань, що має водночас і теоретичне, і прикладне значення, – формування на рівні свідомості індивідів і суспільної свідомості в цілому установки на поважливе відношення до природи, яка була і залишається матеріальним фундаментом буття соціуму. Гуманістичний потенціал філософії у цьому плані важко переоцінити.

Висновки. У першій чверті XXI ст. з усією очевидністю постала проблема подолання розриву між природничо-науковими і гуманітарними науками. Оскільки екологія специфічно інтегрує в собі базові положення перших і других, вона виступає благодатним ґрунтом для пошуку можливостей і шляхів використання методологій та методів цих різних і водночас взаємопов'язаних форм знання людей світ.

4. Академічна доброчесність майбутнього доктора філософії

Анастасія Божко, Валерій Павлов

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Академічна доброчесність – одна з фундаментальних моральних цінностей наукових, творчих, освітньо-педагогічних колективів, дієвий інструмент забезпечення належної якості освітнього процесу. Передбачає реалізацію в практиці людської діяльності та відносин між людьми принципів чесності, справедливості, порядності, відповідальності.

Матеріали і методи. Використовувались методи порівняння, аналізу нормативних документів, що регламентують функціонування вищої школи в Україні, «Кодексу моральної етики Університету». «Положення про забезпечення академічної доброчесності у Національному університеті харчових технологій».

Результати. Тема моральної відповідальності людини за свої вчинки і дії здавна привертала увагу суспільства. З особливою силою вона заявляє про себе в сучасних умовах, передусім у науці та освіті. Якщо вести мову про науку, то йдеться про недопущення плагіату, ретельне документування авторства, перевірку коректності щодо використання різноманітних джерел інформації, правильності цитування літератури тощо.

Комп'ютеризація суспільства суттєво полегшила пошук матеріалів для написання наукових статей, монографій, дисертацій. Інтернет кардинально розширив простір доступу до інформації та досвіду, але водночас спокушає до привласнення текстів, досліджень чи думок інших авторів. Формування у аспірантів високого рівня культури академічної доброчесності є важливим фактором, що стане запорукою відповідальності, умотивованості кожного здобувача наукового ступеня при проведенні ним авторського дослідження з дотриманням всіх нормативних вимог. Складовими формування культури академічної доброчесності майбутніх докторів філософії є: 1) ознайомлення здобувачів з суттю академічної доброчесності на етапі вступу на бакалаврський рівень навчання шляхом включення до освітніх програм компонентів щодо формування академічної доброчесності; 2) залучення всіх суб'єктів освітнього процесу закладу вищої освіти до підтримки та розповсюдження норм академічної доброчесності; 3) реалізація комплексу традиційних та інноваційних педагогічних технологій в освітньому процесі закладу вищої освіти під час навчання за освітньо-науковими програмами третього рівня.

Здобувачі Національного університету харчових технологій, які вступили на третій освітньо-науковий рівень (доктор філософії), підписують декларацію про дотримання Кодексу академічної етики Університету. Дисертаційна робота аспірантів обов'язково перевіряється на відсоток унікальності. Показник унікальності наукової роботи має такий розподіл: висока унікальність – 90...100 %; середня унікальність – 80...89 %; низька унікальність – 51...79 %; неприпустимо низька унікальність – 50%...і нижче. Важливу роль у пропаганді академічної доброчесності в НУХТ має «тиждень академічної доброчесності», що проходить за участю викладачів та студентів у перший тиждень кожного семестру. Даний захід сприяє поширенню в середовищі викладачів і здобувачів освіти знань про базові принципи академічної доброчесності та механізм їх реалізації в освітньому процесі та науково-дослідній роботі.

Висновки. Формування культури академічної доброчесності у майбутніх докторів філософії є запорукою підвищення їх відповідальності, забезпечення належного рівня наукових досліджень.

5. Чому ми не відмовляємося від соціальних мереж?

Сніжана Кохман, Лариса Саракун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Із кожним днем соціальні мережі все більше і більше поглинають нас, а віртуальний світ помітно почав витіснити реальний. Люди будують сімейні відносини в соціальних мережах, використовують їх як дозволя, у політичних цілях, спілкуються в роботі. Часто вони розвивають у нас синдром «упущеної вигоди». Поки наші друзі викладають свої фото з відпустки, а колега вихваляється в Instagram новою машиною, може здатися, що ваше власне життя стоїть на місці.

Матеріали і методи. У дослідженні використано компаративний метод, аналізуються різноманітні дослідження вчених, психотерапевтів, психологів.

Результати. Сьогодні соціальні майданчики перетворилися на поле інформаційних битв, яке настільки загроможжене судженнями, думками й пригломшливими новинами, що можна отримати передозування інформації. Думскролінг сторінок соціальних мереж впливає на самопочуття людей часом згубним чином, забирає ресурс та енергію. Так, деякі люди починають відчувати симптоми депресії, тривожність та пригніченість. Витрачений час на соцмережі доводиться вкрадати у інших справ, які зачасту важливіші та більш приємні.

Психотерапевт та автор книги *The Phone Addiction Workbook* Хільда Берк вважає, що постійна перевірка соціальних мереж може відволікати людей від того, чого вони справді хочуть досягти у житті. Соцмережі можуть негативно впливати на рівень продуктивності. «Очевидно, що навіть просто фізична близькість смартфона може стати на заваді нам впоратися з поставленим завданням». На її думку, нині на роботі більше відволікає саме їхнє застосування. Замість того, щоб дозволяти соцмережам керувати вами, варто звернути увагу на те, як конкретні програми впливають на ваш час, енергію та настрій. Ви зможете визначити, які з них викликають у вас почуття смутку, агресії або просто забирають багато часу, а які ні. Так ви зможете уникати непотрібних акаунтів та ресурсів та повністю відмовитися від деяких платформ або встановити обмеження на використання тих, які хочеться залишити [1]. Щоб зменшити відчуття подавленості та тривожності достатньо відпочити лише один тиждень від соцмереж. Як показують дослідження, люди, які робили перерву на таких платформах, як TikTok, Instagram, Twitter і Facebook протягом семи днів, відзначали підвищене самопочуття. Якщо вам важко відмовитися від соцмереж зовсім, можете скористатися порадами Королівської спілки щодо зменшення кількості часу, проведеного за скролінгом: робіть перерву від соцмереж на час заходів або зустрічей, не користуйтеся соцмережами після 18:00, не перевіряйте акаунти під час навчання або роботи, жодних соцмереж у спальні.

Висновки. Надзвичайно корисно влаштувати дні без соцмереж, протягом яких ви зовсім не користуєтеся ними. По-перше, для того, щоб зрозуміти, наскільки ви від них залежні. По-друге, щоб привести думки і почуття до ладу і відчуття, що важливо для вас, а не в контексті порівняння з іншими. І по-третє, щоб зрозуміти, що світ не розвалюється, коли ви не на зв'язку. В Інтернеті все віртуально, реальність набагато цікавіша.

Література. 1. *The Phone Addiction Workbook: How to Identify Smartphone Dependency, Stop Compulsive Behavior and Develop a Healthy Relationship with Your Devices* [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bit.ua/2021/01/vidmova-vid-sotsialnyh-merezh/>.

6. Психічне здоров'я і соціальне благополуччя особистості: межі взаємозалежності

Лілія Попова, Лариса Саракун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Соціальне благополуччя – це задоволеність особистості своїм соціальним статусом і станом суспільства, до якого вона належить. Благополуччя охоплюється реалізацією її здібностей, подоланням життєвих напружень, можливостями протистояти звичайним життєвим стресам, продуктивно працювати й робити внесок у свій соціум.

Методи та матеріали. У дослідженні використано методи порівняння, аналізу та синтезу. Матеріалом наукової розвідки слугували теоретичні та емпіричні дослідження науковців.

Результати. У преамбулі Статуту Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) зазначено, що здоров'я – це не лише відсутність хвороб або фізичних дефектів, а стан повного фізичного, психічного та соціального благополуччя. Важливим критерієм останнього є показник соціальної адаптованості людини, який пов'язують з її здатністю ефективно спілкуватися та налагоджувати здорові міжособистісні стосунки, адаптуватися до соціальних норм і правил, що існують у суспільстві, взаємодіяти з державними інституціями. Фізичний аспект здоров'я дає енергію для повсякденного життя, полегшує адаптацію до навколишнього середовища, допомагає виживати в екстремальних ситуаціях. Психологічний залежить від того, як ми відносимося до себе, долаємо стреси, засвоюємо інформацію і приймаємо рішення. Врівноважені люди більше насолоджуються життям і легше долають перешкоди. Багато людей вважає себе здоровими, якщо у них немає ознак порушення фізичного здоров'я. В них здорове серце, чудовий стан імунної системи, вони відчувають бадьорість протягом дня, мають високу працездатність. Проте вони можуть мати захворювання, навіть хронічні чи невиліковні, які не виявляються жодними аналізами і пов'язані з порушеннями їхньої ментальної (емоційної, інтелектуальної чи духовної) сфери. В свою чергу, духовні та фізичні ресурси людини впливають на її соціальне благополуччя, яке постає найвищою соціальною цінністю, з якою пов'язані життєво важливі інтереси особистості.

Соціальне благополуччя – інтегральний показник ефективності функціонування соціальної сфери, відображення соціального та духовного самопочуття. Сучасні умови життєдіяльності людини пов'язані з особливостями, які ставлять високі вимоги до індивідуально-психологічних властивостей і психічних функцій організму. Адаптація і пристосування до них є складним завданням для особистості. Людське життя є найвищою суспільною цінністю, тому нині постає ряд актуальних завдань, серед яких найважливішим є вирішення проблем збереження психічного здоров'я та формування до нього ціннісного ставлення.

Висновки. Найважливішим критерієм соціального благополуччя є відчуття психологічної рівноваги, яку пов'язують із гармонійною організацією психіки та її можливістю адаптуватися до стресів і травмуючих подій. Психічне здоров'я людини тісно пов'язане із наявністю та збереженням психологічної стійкості, яка охороняє особистість від дезінтеграції й особистісних розладів, створює основу для внутрішньої гармонії, забезпечує реалізацію фізичних і духовних потенцій людини. Кожен може самостійно піклуватися про своє психічне здоров'я: повноцінний сон, збалансоване харчування, фізична активність, соціальна інтеграція.

7. Як тіло та психіка людини реагує на війну

Єва Сокол, Лариса Саракун

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Нині кожен із українців може точно сказати, що війна змінила нас, наші думки, емоційний стан, психіку, дух, відносини з рідними і друзями; ми не відчуваємо радості – базової емоції. Її почали сприймати як щось заборонене під час війни. Питання нашого ментального здоров'я, наші переживання та душевні рани ми відкидаємо якомога далі, в уявний сейф, бо видається, що зараз не на часі. Ми надто концентровані, надто мобілізовані на інших проблемах. Проте питання тілесного і психічного здоров'я є важливим у контексті майбутнього нашої нації та суспільства.

Методи та матеріали. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, узагальнення.

Результати. Рік повномасштабного вторгнення суттєво відобразився на кожному з нас, а короткочасне адаптування не допомагає забути про те, що відбувається. Ми відчуваємо різні емоції: страх, злість, безсилля, відчай, розгубленість. Така реакція є нормальною на ненормальні події. Постійне відчуття страху нікуди не зникає. Воно останнім часом постійно всередині кожного. Його посилюють звуки повітряних тривог, гучних вибухів та обстрілів, чи «автоматна» черга. І це активує реакцію на виживання в надзвичайних умовах, яку називають «бийся, тікай або завмири». Така реакція регулюється різними гілками нервової системи, а саме: симпатичною, яка відповідає за функцію «бийся або тікай» та парасимпатичною – «сповільнююся і завмири». Обидві ці системи функціонують для того, щоб тримати людину в балансі під час стресів. Нині українці мають тривалий та виснажливий стрес, який впливає як на фізичне, так і на психічне здоров'я. Тому ми постійно сконцентровані та в очікуванні чогось, а це, в свою чергу, виснажує організм.

Результати досліджень науковців із медичної школи в Єрусалимі свідчать, що під час війни реакція психіки людини буває різною: від помірного і тимчасового стресу, до важких психічних травм, які мають негативні наслідки для здоров'я, включаючи депресію, зловживання психотропними речовинами і посттравматичний стресовий розлад (ПТСР). Дослідження проведене науковцями із США також доводить, що травматичні події військових дій можуть мати довгостроковий вплив на організм. Щоб адаптуватися до війни психологи радять читати книги, пов'язані з подіями, в яких люди пристосовуються до складних умов життя. Для прикладу рекомендують працю Віктора Франкла «Людина в пошуках справжнього сенсу. Психолог у концтаборі» в якій «болісні свідчення поєдналися з проникливими спостереженнями... Віктор Франкл виголошує, що зло й нудьга врешті не можуть нас знищити» [1]. Ця глибоко емоційна книга виступає одним із головних будівельних блоків людської свідомості. Це гімн фенікса, який воскресає у кожному з нас, хто обирає життя перед відльотом – такі враження після читання цієї книги.

Висновки. Підсумовуючи зазначимо, що варто бути дуже уважним до себе, відчувати, що відбувається з організмом, та не соромитися звертатися за допомогою – є відкриті лінії, чат-боти, групи підтримки, спеціальні центри. Головне, попросити допомоги, коли вам тяжко, постійно хвилюєтесь чи є нав'язливі думки, поганий сон, коли важко толерувати тривожність.

Література. 1. «Бийся, тікай або завмири» – як життя в умовах війни впливає на психоемоційну стабільність людини [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://suspilne.media/>.

8. Трансформація вищої освіти України в умовах пандемії

Альона Гарастовська, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. Пандемія та оголошений карантин внесли значні корективи в навчання здобувачів ЗВО. Відбувся перехід до онлайн-освіти з використанням сучасних Інтернет-технологій, що призвело до виникнення певних проблем у системі вищої освіти та до необхідності пошуку комбінованих методів, засобів проведення занять.

Матеріали і методи. Теоретичні та емпіричні методи аналізу інформаційних джерел на основі результатів та обговорень проблем і практичного досвіду.

Результати. Пандемія викликана COVID-19 призвела не лише до структурних змін у системі світового господарства, а також до трансформації вищої освіти. Виникла нагальна необхідність модернізувати навчання в університетах, пошуку форм і методів комбінованого навчання.

З початку карантину ЗВО поклалися на систему Moodle. Поетапно онлайн-навчання стало проводитися на різних онлайн-платформах з використання відеозв'язку - Google Meets, Zoom, Skype та інше. При цьому для здобувачів з'явилася можливість відвідувати лекції, семінари в будь-якій точці країни чи світу та виконувати завдання в індивідуальному темпі. Та слід зазначити, що онлайн-освіта стала проблематичною для деяких суб'єктів освітнього процесу, не у всіх є комп'ютери, доступ до Інтернету та інші гаджети, які необхідні для онлайн-навчання.

Багато університетів отримали позитивний досвід проведення лекційних і практичне занять в режимі онлайн. Однак проведення лабораторних занять залишилося проблемою для здобувачів багатьох спеціальностей. Навіть застосування комбінованих технологій для візуальної демонстрації дослідження не дають можливість зрозуміти всю суть лабораторної роботи, її етапи, певні особливості. Тому дана проблема потребує пошуку необхідних шляхів або ж методів вирішення, як приклад портативні міні лабораторії, які забезпечать виконання даного виду робіт у домашніх умовах.

Через ізоляцію деякі здобувачі мають схильність переживати стрес, що в свою чергу призводить до погіршення навчального процесу в умовах дистанційного навчання: втрати мотивації та складності концентрації.

Висновки. Таким чином, пандемія призвела до трансформації вищої освіти, її модернізації з використанням новітніх технологій. При цьому адаптація до дистанційного формату навчання призвела до підвищення рівня стресу, тривожності та прокрастинації у роботі. Процес дистанційного навчання потребує психологічної підтримки та педагогічного менеджменту з самоорганізації здобувачів як суб'єктів вищої освіти.

9. Вивчення фахових дисциплін під час карантину

Анастасія Пархоменко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Під час дистанційного навчання досить складно відпрацювати матеріал курсів фахових дисциплін на практиці, наприклад проводити лабораторні заняття. Викладаючи спонукають здобувачів вищої освіти отримати актуальний досвід, практичні знання і навички для більш повного засвоєння матеріалу. Як досягти гарантованої якості вищої освіти майбутнім фахівцям у рамках дистанційного навчання?

Матеріали і методи. Теоретичний аналіз проводився з використанням наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, спираючись на досвід дистанційного навчання в НУХТ.

Результати та методи. Освіта є одним із базових прав людини, закріпленим у 26 статті Декларації прав людини, Конституції України та Законі України «Про освіту». Якість та доступність освіти мають прямий вплив на доходи, зайнятість, розвиток, здоров'я та соціалізацію людей. Перехід на дистанційне навчання у зв'язку з пандемією COVID-19 спричинив погіршення якості та доступності освіти, а також загострення низки освітніх нерівностей. Наш університет, як і більшість університетів України вимушений був прийняти карантинні обмеження та перейти на дистанційне навчання. Університет давно вже входить до списку тих закладів вищої освіти, які пропонують не лише звичні денну та заочну форми навчання, а також дистанційну. Тож за час карантинних обмежень відбулась ще більша інтеграція усіх платформ для дистанційного навчання та застосування їх не лише для навчання, а й для організації та управління навчальним процесом.

Для здійснення дистанційного навчання в університеті використовують платформу MOODLE, на якій науково-педагогічні працівники викладають теоретичний матеріал та завдання до опрацювання, встановлюють крайній термін задачі, здобувачі ж за допомогою платформи надсилають виконане завдання на перевірку викладачу. Навчальні заняття за відбуваються розкладом та консультації проводяться у режимі відеоконференц-зв'язку із використанням зовнішніх платформ для відеоконференцій Microsoft Teams та Zoom. Для проведення відеоконференцій кожен викладач самостійно створює віртуальну конференцію на відповідній платформі та запрошує здобувачів для участі у ній. Окрім цього здобувачі використовують можливість відкритих на час карантину доступних до освітніх потреб платформ та сервісів з усього світу.

І здавалося б, що зміни незначні та не сильно обмежують проведення занять, однак дистанційне навчання досить серйозно обмежує можливість отримувати практичні навички. Що робити? Для кращого засвоєння матеріалу бажано використовувати інтерактивні матеріали: презентації, відео, схеми виробництва; показувати на власному прикладі виконання тих чи інших досліджень; спонукати здобувачів до самостійного опрацювання матеріалу. І звичайно ж, якщо епідеміологічна ситуація це дозволяє, проводити виїзні заняття на профільних підприємствах галузі.

Висновки. Отже, застосування методів активного дистанційного навчання, організація творчого процесу вивчення курсів фахових дисциплін, мотивування здобувача вищої освіти бути активним суб'єктом освітнього процесу та гарантом своєї якісної освіти є базою ефективного дистанційного процесу фахової підготовки.

10. Дидактика вищої школи в сучасних умовах трансформації освіти

Артем Холод, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Вища освіта у сучасному суспільстві виконує надзвичайно важливу соціально відтворювальну місію, спрямовану на розвиток особистості, формування професійної компетентності майбутнього фахівця, розбудову інтелектуального та економічного потенціалу країни. Актуалізуючи значення вищої освіти у розвитку суспільства, науковці стверджують, що вона є «важливим чинником соціальної стабільності та ефективного забезпечення зайнятості населення. Університетська освіта забезпечує збільшення національного доходу, підвищення якості життя»

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової й психологічної літератури для визначення ключових психологічних чинників активізації діяльності здобувача.

Результати. Одним із найважливіших стратегічних завдань на сьогоднішньому етапі модернізації вищої освіти України є забезпечення якості підготовки спеціалістів на рівні міжнародних стандартів. Розв'язання цього завдання можливе за умови зміни педагогічних методик та впровадження активної креативної педагогіки.

Проблема функціонування вищої професійної освіти та концептуальні засади її ефективного розвитку були й є предметом дослідження багатьох науковців. Багато з них наголошують про необхідність інноваційної моделі підготовки фахівців, що означає, з одного боку, нову діяльність, спрямовану на створення нового продукту, а з іншого – передбачає зміну філософії вищої освіти, суттєве корегування цілей, сутності, змісту та результату навчально-виховного процесу в ВНЗ. Аналіз результатів досліджень вищої професійної освіти сучасними науковцями показує багатогранність і різноманітність методологічних і методичних підходів до вирішення провідних проблем вищої освіти. Провідною думкою багатьох цих підходів є орієнтація на особистість та створення оптимальних умов для формування і розвитку її соціальної та професійної суб'єктності. У зв'язку з цим поступово на перший план виходять освітні парадигми, які орієнтовані на особистість та створення умов для розвитку її суб'єктності. Основним недоліком цих підходів є те, що основна увага звертається як завжди на програмовані знання, навички, вміння, на професійну соціалізацію особистості. Водночас недостатньо враховуються внутрішні потенціали кожної особистості як суб'єкта буття та навчальної діяльності, слабо актуалізується суб'єктний і фаховий потенціали, системно своєчасно не враховуються кардинальні зміни, які відбуваються в багатьох провідних країнах світу, а також в свідомості та самосвідомості суб'єктів майбутньої професійної діяльності.

Висновки. Отже, реалізація компетентнісної практико-зорієнтованої стратегії професійної освіти потребує теоретичного обґрунтування на рівні нових понять, закономірностей, концептуальних підходів; збереження традиційних і визначення нових дидактичних принципів як нормативної основи дидактики; орієнтації на ефективні методи та технології навчання, які спрямовані на включення студентів до активного пізнання, розширення видів освітньої і освітньо-професійної діяльності.

Література. 1. Євтух М.Б. Методологічні засади трансформації вищої освіти України в контексті Болонського процесу / М.Б. Євтух // Педагогічна і психологічна науки в Україні : Збірник наукових праць до 15-річчя АПН України у 5 т. – К. : Педагогічна думка, 2007. – Т. 4.

11. Психологічні особливості професійного вигорання працівників харчової промисловості

Марія Блаженко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Метою дослідження є системно-функціональний аналіз психологічних особливостей професійного вигорання працівників харчової промисловості та можливих причин розвитку цього перманентного професійного стресу, що є суттєвою психологічною проблемою розвитку мотивації успіху особистості фахівця та керівника.

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, педагогічної й психологічної літератури для визначення поняття вигорання та осмислення його теоретичних і практичних причин. Емпіричні методи: спостереження, опитування й веб-анкетування (з використанням соціальних мереж) працівників харчової промисловості.

Результати. Традиційно проблему професійного вигорання досліджують в контексті адаптації людей, робота яких пов'язана з підвищеною відповідальністю, присутністю широкого кола обов'язків. До таких можна віднести і представників харчової сфери: від майстрів і працівників харчового цеху до управлінців, адміністраторів і технологів, що багато спілкуються з іншими фахівцями та мають завдання моніторити й вирішувати проблеми, що виникають. Крім того, досліджено, що швидкий ритм життя, постійні вимоги до кваліфікації та професійного рівня, соціально-політичні зміни у країні, безумовно, впливають на психологічний стан працівників, провокують виникнення сильного емоційного напруження. Так, синдром професійного вигорання характеризується виснаженням, що не минає навіть після відпустки, відчуттям спустошеності та втоми, зниженням ентузіазму, розчаруванням або відмовою від роботи, супроводжується почуттям поразки, оскільки людина занадто вимоглива до себе і до власних здібностей. Цей стан згубний як для підприємства загалом, так і для кожного працівника, адже може призвести до хронічної депресії та руйнування особистості.

У результаті анонімного онлайн-опитування 50 працівників харчової промисловості встановлено такі факти: 98% опитаних свідчать про систематичне виникнення стресу на роботі. При цьому 60% з опитаних часто спостерігають ті чи інші ознаки професійного вигорання; 30% не можуть відмічати повне задоволення у професії, але є продуктивними та вміють відпочивати від роботи; і 10% стверджують, що є цілком щасливими, обравши свою професію. Досліджено, що професійне вигорання простежується на поведінковому, емоційному і психофізіологічному рівнях самоорганізації працівника: крім появи самокритичності, нетерпимості, цинізму, можуть з'являтися безпричинне переживання негативних емоцій, підвищення тривожності та неспокій.

Висновки. Професійне вигорання фахівців і керівників є актуальною проблемою особистісної деформації. Формування позитивного психологічного клімату у фаховій установі та проведення соціопсихологічних тренінгів з подолання професійного вигорання є ефективним інтерактивним методом попередження вигорання працівників харчової промисловості різних соціальних статусів.

Література. 1. Freudenberger H.J. Staff burnout / H.J. Freudenberger // Journal of Social Issues. – 1974. 2. Maslach C. Prevention of burnout: new perspectives / C. Maslach, J. Goldberg // Applied and Preventive Psychology. – 1998.

12. Психолого-педагогічні аспекти викладання дисципліни «Мехатроніка» в технічних ЗВО

Олександр Гавва, Ірина Нікітіна, Людмила Кривопляс-Володіна
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Досягнення в області мехатроніки є визначальним у формуванні нового технологічного базису, який обумовлює та визначає рівень технічного переоснащення і технічний прогрес у найважливіших сферах економіки. Мехатронний підхід до проектування машин нового покоління потребує відповідної підготовки фахівців.

Матеріали і методи. Аналіз психолого-педагогічних аспектів викладання дисципліни «Мехатроніка технологічного обладнання». Визначення науково-методологічних засад підготовки фахівців у області мехатроніки технологічного обладнання. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психологічної та педагогічної літератури. Емпіричні: спостереження, онлайн-опитування.

Результати. На основі аналізу тенденцій розвитку технологій XXI століття (нанотехнології, сенсорна техніка, адаптроніка, фотоніка, нейроінформатика та штучний інтелект, біоміметичні матеріали, фулерони) та принципів IV Промислової революції встановлено, що мехатронний підхід до проектування нового покоління машин базується на органічно цілісній електро-, механо-, гідро-, пневмо-, електронній системі з електронно- комп'ютерною апаратурою автоматизованого управління. Розробка такої методології проектування потребує вирішення наступних завдань: формулювання понять, визначень та термінів; встановлення зв'язків і загальних об'єктивних закономірностей процесу формування мехатронних модулів; розроблення методів погодження параметрів із іншими мехатронними модулями з метою створення складної технічної системи; розроблення та опис послідовності формування технологічних машин із мехатронних модулів на базі критеріїв оцінювання ефективності функціонування технічних систем. Досягти відповідних компетентностей здобувач зможе за наявності профільних лабораторій, навчально-методичної літератури і безперервнодіючих наукових досліджень.

У НУХТ практична, наукова і навчальна підготовка здобувачів здійснюється в новостворених лабораторіях: «Пневмо-гідроприводи та елементи мехатроніки», «Адаптроніка технічних систем», «Роботи з елементами штучного інтелекту». Розроблення та виготовлення навчальних мехатронних комплексів здійснюють фірми, які є провідними в своїх сегментах ринку техніки, такі як «Camozzi», «Festo», «Bosch-Rexnord», «SMC», «Siemens» та інші.

Висновки. 1. Для створення передумов розроблення та обслуговування машин п'ятого покоління автоматизації та машин із штучним інтелектом потрібні фахівці зі знанням принципів побудови машин із мехатронних модулів.

2. Психолого-педагогічні аспекти викладання дисципліни «Мехатроніка технологічного обладнання» базуються на глибокому розумінні процесів, що реалізують машини, їх структури та системи керування, створенні новітніх лабораторій і дидактичних матеріалів.

3. Впровадження в навчальний процес новітніх підходів до створення та експлуатації технологічного обладнання дасть можливість продукувати конкурентоздатну техніку, технологію та продукцію.

Література. Проектування пакувального обладнання із мехатронних модулів /М.В. Якимчук, О.М. Гавва, А.П. Беспалько та ін. К.: Видавництво «Сталь», 2017.515с.

13. Психологічні особливості мотивації до посттравматичного зростання

Антон Горпинченко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Дану статтю присвячено дослідженню зв'язку вираженості симптомів із посттравматичним зростанням та резильєнтністю особистості та їхнього впливу на адаптацію українців під час та після ввоєнного стану. Посттравматичне зростання – це результат переживання досвіду та мабутьних позитивних змін, що відбуваються з людиною у результаті зіткнення із кризовими ситуаціями. Дотичним, але не тотожним до посттравматичного зростання є поняття резильєнтності (здатність людини впоратися зі складнощами)

Методи та матеріали. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психологічної та педагогічної літератури. Емпіричні: спостереження, онлайн-опитування, аналіз статистичних даних.

Результати. Натепер в Україні поширена тенденція характеристики видимих і невидимих травм війни та у гострих випадках дезадаптації військової або цивільної людини симптомів ГСР і ПТСР. У ЗМІ раз у раз з'являється інформація про те, що ветерани АТО виявляються ініціаторами конфліктів або ж здійснюють самогубства. Результатами дослідження встановлено, що найкраще адаптуються 31-45 річні досліджувані, а найгірше – старші за 45 років; встановлено зв'язок адаптованості із копінг-стратегіями, посттравматичним зростанням, резильєнтністю, життєстійкістю і психологічним добробуту; визначено поняття резильєнтної реінтеграції як ключового аспекту адаптації демобілізованих учасників бойових дій.

Посттравматичне зростання з досвіду роботи психологів Америки, Ізраєлю передбачає трансформаційні зміни в мисленні та ставленні людини до себе та до світу: 1. Зростає цінування життя, змінюються пріоритети: матеріальні речі втрачають цінність, натомість особисті стосунки починають цінуватися значно більше. 2. Інтенсифікація та трансформація особистих стосунків: змунюються пріоритети, зростає цінність сімейних відносин, певні припиняються, цінність інших стрімко зростає. Збільшується здатність до співчуття та емпатії. 3. Усвідомлення своїх сильних сторін - разом з адекватною оцінкою своєї вразливості зростає почуття внутрішньої сили. 4. Відкриття нових можливостей: пошук нових цілей і завдань, виходячи зі зміни пріоритетів. Вирішення питань, які довго відкладалися на потім. 5. Розвиток духовної свідомості: межові переживання породжують екзистенційні питання, змінюються погляди на сенс життя.

Висновки. Важливою є реінтеграція та адаптація як військових так і цивільних до післявоєнного українського суспільства. Більшість учасників бойових дій віком від 31 до 45 є добре адаптованими: резильєнтно реінтегрованими, такими, що усвідомлюють цінність набутого на війні позитивного досвіду та використовують його у повсякденному мирному житті.

Це складний комплексно організований процес та вимагає взаємодії адміністративних органів, психологів, медичних працівників та компетентних педагогів вищої школи.

Література

1. Національна програма психічного здоров'я та психосоціальної підтримки – ініціатива першої леді України Олени Зеленської – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ngu.gov.ua/nacionalna-programa-psyhichnogo-zdorovya-ta-psyhosoczialnoyi-pidtrymky-inicziatyva-pershoyi-ledi-ukrayiny-oleny-zelenskoji/>

14. Компетентнісний підхід у вищій освіті

Бойко Олександр, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Зміни у сфері педагогіки викликають необхідність постановки питання у більш повному результаті у сфері освіти. Поняття «компетенція / компетентність» виступає як загальне визначення такого соціального особистісно-поведінкового феномену як результату освіти.

Методи. Для вирішення поставленої мети використано теоретичні методи дослідження: аналіз сучасного стану досліджуваної проблеми у філософській, психологічній та педагогічній літературі.

Результати. Навчання - процес соціально зумовлений, спрямований на людину як суб'єкта суспільних відносин. А однією з найважливіших функцій навчання є формуванні особистості, що відповідає соціальним вимогам.

Компетентнісний підхід у вищій школі передбачає особливу організацію освітнього процесу. Якщо раніше увага зосереджувалася на формуванні у випускника системи знань, умінь та навичок, які забезпечують різні види фахової діяльності, то реалізація компетентнісного підходу сприяє формуванню готовності до ефективного розв'язання професійних, соціальних, особистісних проблем в умовах ринкової економіки. Кваліфікація випускника набуває нових характеристик, що дає змогу говорити про компетентність молодого фахівця. Метою компетентнісного підходу є організація освітнього процесу, спрямованого на набуття ключових компетентностей.

Для поділу загального та індивідуального слід відрізнити синонімічно використовувані поняття "компетенція" і "компетентність".

Компетенція – включає сукупність взаємозалежних якостей особистості (знань, умінь, навичок, способів діяльності, індивідуальних якостей), завданих стосовно певного кола предметів і процесів, і необхідних для якісної продуктивної діяльності. Компетентність – володіння людиною відповідної компетенцією, що включає її особистісне ставлення до неї та до предмету діяльності.

Спільними для всіх компетентностей є такі вміння: читання з розумінням, вміння висловлювати власну думку усно і письмово, критичне та системне професійне мислення, здатність логічно обґрунтовувати позицію, творчість, ініціативність, вміння конструктивно керувати емоціями, оцінювати ризики, приймати рішення, розв'язувати проблеми, здатність співпрацювати та комунікувати з іншими людьми.

Компетентнісний підхід акцентує увагу на здатності використовувати здобуті знання на практиці та психологічній налаштованості суб'єкта довести процес до ефективного результату. Цей підхід, на думку науковців, визначає пріоритетним вміння практично розв'язувати проблеми, що виникають за певних робочих ситуацій. З позицій цього підходу визначення цілей формування ключових компетентностей у здобувачів має передувати добору певних знань: спочатку слід з'ясувати, для чого потрібні ці знання, а потім уже добирати зміст, освоєння якого дасть змогу здобути бажані результати.

Висновки. Компетентнісне навчання спрямоване на роботу з інформацією та опанування компетентностей, умінь і навичок, які допомагають бути конкурентними та цінними на ринку праці, а також вимагає таких особистісних якостей як соціальна відповідальність, стресостійкість, цілеспрямованість, потужна мотивація досягнень та комунікативність.

15. Самостійна робота здобувачів у воєнний час як умова їхнього професійного становлення

Валерія Луценко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Новітні технології вимагають від молодих фахівців не просто освіченості, активності, пошуку, але також впевненості, відповідальності, уміння жити і працювати в умовах воєнного стану, бути соціально зорієнтованими. Виходячи із цього, самостійна робота майбутніх спеціалістів набуває великого значення.

Матеріали і методи. У роботі використано методологічно-теоретичні методи. Матеріалом для дослідження слугували витоки психологічного забезпечення та наукова педагогічна література, щодо особливостей адаптації студентів до реалій сьогодення. Проаналізовано інформаційні джерела на основі обговорень проблем, практичного досвіду.

Результати. У дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців самостійна робота розглядається як засіб активізації самостійної діяльності здобувачів у навчанні як форма індивідуалізації та диференціації навчання, як обов'язкова умова наступності у роботі між школою та у закладах вищої освіти (далі – ЗВО), як особливий вид діяльності навчання.

Проте у ЗВО, враховуючи непрості реалії через воєнний стан, виникає об'єктивна потреба більше уваги приділяти самостійній роботі здобувачів як обов'язкової умови їх професійного становлення. На сьогоднішній день питання підвищення ефективності професійної підготовки спеціалістів і максимального використання з цією метою можливостей самостійної роботи набувають неабиякої актуальності. Достатньо важливим фактором виступає і те, що майже в усіх ЗВО України пріоритетними в підготовці майбутніх спеціалістів є формування професійно направлених мотивів освітньої діяльності, розвиток інтересу до отриманих знань; формування творчої, активної і самостійної особистості. У сучасних умовах самостійність стає професійно необхідною якістю особистості будь-якого спеціаліста. Оволодівши досвідом самостійної діяльності, майбутній спеціаліст зможе постійно поглиблювати свої знання, виробляти уміння і навички творчої діяльності не тільки у ЗВО, але і в подальшій професійній діяльності

Висновки. Одним з найбільш вагомих моментів у професійному становленні є виховання у майбутніх спеціалістів самостійного прагнення до постійного оновлення накопичених знань та їх вдосконалення, безперервному професійному розвитку. Дані аспекти зумовлюються успішністю самостійної роботи майбутніх фахівців.

Практичні рекомендації. У вищій школі самостійна робота здобувачів займає вагомe місце. Вона передбачає обов'язкове оволодіння прийомами самостійного набуття знань і їх наступного творчого використання. Результатом навчання має бути відкритий та сприйнятливий до всього нового і прогресивного інтелект.

Література. 1. Черчата Л. Самостійна діяльність як стратегія розвитку майбутнього фахівця у контексті світових традицій і вітчизняного досвіду. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2002. № 5. 2. Вірна Ж. Професіоналізація: теоретико-методологічні витоки психологічного забезпечення. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2002. № 33.

16. Мотивування здобувачів до посттравматичного зростання

Володимир Страшинський, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. На сьогоднішній день існує досить багато зовнішніх чинників, здатних травмувати здобувачів і значно погіршити їх мотивацію та здатність до подальшого навчання.

Матеріали і методи. Тема роботи опрацьовувалась за допомогою використання наступних методів наукових досліджень: абстрагування, аналізу і синтезу, емпіричного, індукції і дедукції.

Результати. Травмою може бути будь-який шкідливий життєвий досвід, що залишає довгострокові фізичні, емоційні і соціальні наслідки. Процес навчання травмованих студентів значно погіршується, оскільки вони вимушені витратити частину енергії та часу на роботу з власною травмою. Наслідками пережитих травм можуть бути прогули через відсутність мотивації, агресивна поведінка, пасивність тощо.

Травма серйозно впливає не лише на поведінку чи емоційний стан людини, але й на її мотивацію. Тому посттравматичне мотивування відрізняється від звичайного, оскільки останнє не враховує негативних переконань щодо себе, які часто з'являються після травм. Це потрібно враховувати під час освітнього процесу студентів та забезпечити формування позитивних переконань щодо здобувача та його роботи.

Для подальшого навчання здобувачів після травм їм необхідно донести чітку послідовність та структуру освітнього процесу. Коли вони знатимуть, чого чекати далі, це допоможе їм почуватися в безпеці та бути більш впевненими в собі та майбутньому розвитку.

Для мотивування здобувачів до подальшого навчання після травми варто надавати їм можливість вибору. Оскільки після травми вони можуть відчувати відсутність контролю, їм необхідно мати можливість обирати (наприклад, літературу, теми, місця, варіанти тощо). Також важливим аспектом буде розвиток сильних сторін та інтересів для формування позитивної самооцінки.

Необхідно також показати людині, що вона особлива, виділяти і озвучувати характерні їй або її роботі позитивні якості, що дозволить налагодити емоційний контакт і допоможе мотивувати здобувача до подальших успіхів через позитивний зворотній зв'язок.

Важливою умовою для мотивації також буде демонстрація людських якостей здобувачеві, певної вразливості або визнання власних помилок, обговорення особистого життєвого досвіду. Це допоможе встановити довірливі відносини та покращить процес навчання.

Також важливим аспектом для мотивування здобувачів є їх позитивна взаємодія з колективом, підтримка з боку інших та лише здорова конкуренція, безпечне зовнішнє середовище, заохочення до навчання шляхом особливих винагород.

Висновки. Таким чином, щоб мотивувати здобувачів до посттравматичного зростання необхідно надати їм можливість вибору, налагодити емоційний та позитивний зворотній зв'язок, формувати позитивну самооцінку.

17. Психолого-педагогічний аналіз мотивації здобувачів ЗВО в умовах дистанційного навчання

Інна Данилевич, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. За останні роки система вищої освіти в Україні зазнала значних змін, зокрема через пандемію COVID 2019 і, найголовніше, через повномасштабне вторгнення агресора на територію країни. Процес вдосконалення підготовки майбутніх випускників ЗВО обумовлений багатьма факторами. Один з яких – мотивація освітньої діяльності, що є невід’ємним елементом професійного розвитку.

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психолого-педагогічної літератури. Емпіричні: психодіагностика, спостереження, онлайн-опитування.

Результати. Мотив (від лат. «Moveo»- надавати рух, тягнути) — це спонукання людини до активності, пов’язане з намаганням задовольнити певні потреби. Мотиви виявляються: як сукупність зовнішніх або внутрішніх умов, які викликають активність людини і визначають її спрямованість; предмет, об’єкт (матеріальний або ідеальний), що спонукає і визначає вибір спрямованості діяльності; усвідомлену причину, яка лежить в основі вибору дій особистості [1]. Ключеве значення в науковій літературі приділяється внутрішнім та зовнішнім мотивам. Л. Фрідман так характеризує їхню відмінність: «Якщо мотиви, які спонукають конкретну діяльність, не пов’язані з нею, то їх називають зовнішніми відносно цієї діяльності; якщо ж мотиви безпосередньо пов’язані із самою діяльністю, то їх називають внутрішніми». Мотивація: - сукупність факторів, що підтримують і направляють поведінку людини на задоволення потреб;- сукупність внутрішніх і зовнішніх мотивів; - конкретна мета, що провокує діяльність людини і визначає її напрямок[1].

Дослідження Кубай Наталії демонструє проблематику мотивації здобувачів під час навчання в онлайн форматі, що є у сучасних умовах основним у нашій системі освіти. Для багатьох здобувачів найбільшою проблемою під час дистанційного навчання, є відсутність достатньої комунікації з групою та викладачем. Для підвищення мотивації у здобувачів, фахівці рекомендують використовувати методику, запропоновану американським ученим Джоном Келлером, який виділяє чотири елементи навчального процесу, а саме: увагу (attention); значущість (relevance); впевненість (confidence); задоволення (satisfaction).[2].

Висновки. Аналіз проблеми мотивації особистості здобувачів до дистанційного навчання показує, що можливостей та технологій для підвищення мотивації існує безліч. Деякі будуть вмотивовані схваленням інших, інші – подоланням проблем [2]. Тому кожен викладач ЗВО повинен розвивати у здобувачів відчуття впевненості та успішності, встановлювати важкі, але досяжні цілі, створювати атмосферу конкурентності, регулювати підбір завдань так, щоб постійно підтримувати оптимальну мотивацію до використання свого потенціалу в області спонукання здобувачів до якісної освіти й самоосвіти та реалізовувати індивідуальний підхід в процесі дистанційного навчання.

Література:1. Головська І.Г., Лазоренко Т.М., Мотивація навчання студентів в умовах дистанційного навчання. Психологія особистості. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2020/17-2020/12>. 2. Кубай Н., Студентські наукові записки. Особливості навчальної мотивації студентів в умовах дистанційного навчання, 2022, URL: (oa.edu.ua)

18. Актуальність впровадження курсів радіо-хіміко-біологічної безпеки у ЗВО: психолого-педагогічний аспект

Микола Карпенко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У наслідок російської агресії проти України, припинили навчання майже 24 тисячі здобувачів вищої освіти (ВО). Кожного дня зростає психологічна напруга на тлі можливих ракетних ударів ядерною зброєю.

Мета. Психолого-педагогічний аналіз необхідності оволодіння кожним суб'єктом освітнього процесу першою психологічною допомогою на тлі війни, зокрема в умовах радіо-хіміко-біологічної безпеки.

Матеріали і методи. Теоретичні методи дослідження: аналіз наукової фахової, психолого-педагогічної літератури. Емпіричні: спостереження, онлайн-опитування.

Результати. Згідно вимог Болонського процесу, кожен ЗВО несе відповідальність за якість наданих освітніх послуг, однак гарантом ефективності вищої освіти, так само як і власної безпеки є здобувач ВО [1]. Сьогодні під час дистанційного режиму більшість університетів використовують пасивні методи навчання. Якщо подача матеріалу реалізується у переважній більшості в теорії, то цікавість та прагнення до засвоєння матеріалу втрачається. Згідно піраміди Едгара Дейла, на лекцію припадає лише 10% ефективності засвоєння матеріалу, за допомогою власного досвіду здобувач отримує 90% міцних знань [2]. Дисципліна «Педагогіка та психологія вищої професійної школи» може показати свою ефективність під час подальшої педагогічної практики. Застосування активних методів навчання: тренінгів, виступів у статусі викладача, опонування та рецензування доповідей колег, актуалізація зв'язку з фаховими дисциплінами мотивує аспірантів критично оволодіти матеріалом і отримати позитивний практичний досвід викладання. Це є джерелом погужної внутрішньої мотивації аспірантів. Національна програма психічного здоров'я та психосоціальної підтримки вимагає оволодіння здобувачами та педагогами ЗВО першою психологічною допомогою під час та після війни, у тому числі в умовах небезпеки ракетних ударів ядерною зброєю [3]. Автори пропонують проведення практичних занять з радіо-хіміко-біологічної безпеки у рамках означеного курсу в інтерактивному режимі навчання із залученням спеціалістів з досвідом та часом на самопідготовку. Війна показує актуальність такої модернізації змісту та методів дисципліни.

Висновки. Практична підготовка здобувачів та педагогів вищої школи під час освітнього процесу до різного роду небезпек на тлі російської агресії допоможе зберегти життя та здоров'я університетської спільноти, що гарантує формування перспективного резильєнтного людського капіталу України.

Література

1. Аналіз стану та основні підходи з оцінювання якості надання освітніх послуг закладами вищої освіти України : монографія / за ред. С. Л. Лондара ; ДНУ «Інститут освітньої аналітики». Київ, 2021. 160 с.

2. Daniel Olsson, N. Gericke & J. Boeve-de Pauw (2022) The effectiveness of education for sustainable development revisited – a longitudinal study on secondary students' action competence for sustainability, *Environmental Education Research*, 28:3, 405-429, DOI: 10.1080/13504622.2022.2033170.

3. Національна програма психічного здоров'я та психосоціальної підтримки–ініціатива першої леді України Олени Зеленської – [Електронний ресурс]. / <https://ngu.gov.ua/nacjonalna-programa-psyhichnogo-zdorovya-ta-psyhosoczialnoyi-pidtrymky-inicziatyva-pershoyi-ledi-ukrayiny-oleny-zelenskoyi/>

19. Психологічні аспекти організації самостійної роботи здобувачів ЗВО на тлі війни

Таїсія Ткаченко, Ірина Нікітіна

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У наш час, питання організації самостійної роботи здобувача є принципово актуальним. Тому, що вже декілька років, ми існуємо в новій реальності, яка має назву «дистанційне навчання», яке повністю засноване на аспектах самостійної роботи здобувачів.

Матеріали. Використання контент-аналізу психолого-педагогічних джерел.

Результати і обговорення. Самостійна робота здобувачів – це їхня самостійна діяльність, для якої викладач, розробляє покроковий план дій, що здійснюється під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

Для забезпечення якісної та продуктивної самостійної роботи, викладач повинен відокремити різновиди самостійної роботи студентів:

1. Прослуховання лекцій, участь у сімінарських заняттях, виконання практичних та лабораторних робіт;
2. Виконання самостійних завдань щодо відпрацювання тем лекцій та семінарських занять, виконання завдань лабораторних та практичних робіт;
3. Підготовка рефератів і курсових робіт, тощо;
4. Підготовка до модульного контролю та іспиту;
5. Робота з основною та допоміжною літературою.

Тому, важливо пояснити здобувачам, що запорукою, якісного навчання та виконання самостійної роботи є його здоровий спосіб життя та стабільний психолого-емоційний стан. Важливо локалізувати увагу здобувачів на забезпеченні належний стан свого здоров'я, всі базові потреби організму повинні бути реалізовані. Бо втома, та постійне виснажування свого організму, великою кількістю роботи, призводить до вигорання, зникнення бажання до навчання та розвитку, різні психологічні порушення, такі як депресія, апатія тощо.

Ключову роль у правильно організованому процесі самостійного навчання здобувачів, відіграє баланс праці та відпочинку. Важливо контролювати якість свого сну, здорового харчування, це дозволить виконати завдання з науково-навчальних дисциплін. Застосувати тайм-менеджмент, методичні рекомендації організації педагогів ЗВО для психологічного налаштування на отримання якісного результату.

Досить актуальною проблемою, багатьох вишів, особливо на тлі війни, є перевантаження здобувачів недоцільним багажем інформації, та кількістю завдань. Все це демотивує здобувачів, тому, що велика кількість завдань просто відкладається на останній момент та порушуються терміни задачі та контролю.

Матеріали самостійної роботи повинні бути якісно і чітко сформульовані та визначено особистісне значення результату для здобувачів Завдання самостійної роботи повинні бути цікавими та творчими для кращого засвоєння курсу дисципліни.

Для якісної самостійної роботи необхідно: -ознайомити здобувачів із психолого-педагогічними особливостями організації навчання у вищій школі; - допомогти в оволодінні методами і прийомами учіння; - дотримуватися спеціальної методики читання лекцій для першокурсників у перші два-три місяці, поступово збільшуючи структуру і темп; - навчити прийомам конспектування лекції, методиці підготовки до семінарських, практичних і лабораторних занять; - чітко дозувати завдання на кожне заняття; - толерантно здійснювати контроль й оцінювання самостійної роботи.

20. Роль психології у маркетингу

Вікторія Шиліна, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. Життя в соціумі неможливе без знання психології. Маркетинг – це спосіб життя фірми, комунікація підприємства зі споживачами. Знання психології споживача, цільової аудиторії підприємства, допомагає у розробці рекламних повідомлень, складових самого продукту та удосконаленні механізму надання послуг, тощо.

Матеріали і методи. У дослідженні було використано методи збору, аналізу та узагальнення інформації, представленої в монографіях, статтях таких молодих вчених, як А. В. Бондаренко, С. П. Яланська, К. Дюжева, Ю. С. Сизоненко, К. Ю. Мікуляк, а також власного досвіду вивчення дисципліни «Психологія» та навчальних дисциплін професійного спрямування маркетингу.

Результати. Маркетинг – це, на думку багатьох сучасних дослідників, монетизація знань з галузі психології. Вже сформовані психологічні відкриття лягли в основу багатьох ефективних маркетингових підходів та досліджень. У матеріалах тез нами було розглянуто тільки одні з найяскравіших та найбільш застосованих прийомів маркетингу, що засновані на психологічних знаннях.

Нейромаркетинг є одним з найбільш відомих та широко застосовуваних прийомів в маркетингу, який відповідає за дослідження поведінки споживачів та її прогнозування стосовно купівлі товарів та послуг. Застосування нейромаркетингу можна зустріти у сфері брендингу, в галузі маркетингових комунікацій та реклами, створення вебконтенту, при аналізі та створенні «портрета споживача» [3].

Копірайтинг виконує задачу з написання переконливих рекламних або інформативного характеру текстів та вимагає глибоких знань психології в таких питаннях: сприйняття споживачем друкованої інформації, трансляція за допомогою тексту настрою та емоцій, тощо[2].

Оформлення торгівельних зал: планування розміщення стелажів з продукцією, оформлення цінників, вказівників тощо. При плануванні торговельної зали треба розмістити позиції продукції так, аби споживач міг ознайомитися, під час пошуку потрібного йому товару, з найбільшою кількістю пропозицій. Психологія кольору використовується при оформленні цінників, загальної концепції торговельної зали [1].

Висновки. Отже, психологія є однією з базисних наук, що лежить в основі всіх підходів та методів маркетингу. Знання з психології використовуються у таких галузях маркетингу, як копірайтинг, оформлення та керування торгівельними залами. Психологія є основою такої науки, як нейромаркетинг, яка в своє чергу активно використовується у сферах брендингу, комунікацій та реклами, тощо.

Література. 1. Бондаренко А. В. Психологія сприйняття кольору в рекламі та маркетингу / А. В. Бондаренко, С. П. Яланська // *Гуманітарний корпус*: Випуск 37 (том 1). Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2021. - С 142-144. 2. Дюжева К. Копірайтинг як симбіоз журналістики та реклами / К. Дюжева [Електронний ресурс] // режим доступу: https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/9_Diuzheva_Obraz_39.pdf. 3. Сизоненко Ю. С. Нейромаркетинг: сутність, значення і сфери застосування / Ю. С. Сизоненко, К. Ю. Мікуляк // *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг*: III Міжнародна науково-практична конференція, 25-26 лютого 2022 р., Рівне: О. Зень. - С 91.

21. Role of Psychology in Marketing

Viktorii Shylyna, Nataliia Chuhaieva

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The life in society is impossible without knowledge of psychology. Marketing is a company's way of life, the communication between enterprise and consumers. The knowledge of psychology of the consumer, the target audience of the enterprise helps in the development of advertising messages, components of the product itself and improvement of the service provision mechanism, etc.

Materials and methods. In the research the methods of collecting, analyzing and summarizing the information presented in the monographs and articles of such young scientists, as A. V. Bondarenko, S. P. Yalanska, K. Dyuzheva, Yu. S. Syzonenko, K. Yu. Mikulyak, as well as own experience of studying the discipline "Psychology" and educational disciplines of the professional direction of marketing were used.

Results. According to a lot of modern researchers, marketing is the monetization of knowledge in the field of psychology. Psychological discoveries, already formed, made the basis of many effective marketing techniques, approaches, research and practices. In our scientific work, only some of the most vivid and applied techniques of marketing, based on the knowledge of psychology, were described.

Neuromarketing is one of the well-known and widely used techniques in marketing, which is responsible for the study of consumer behaviour and its prediction in relation to the purchase of goods and services. The application of neuromarketing can be found in the sphere of branding, in the field of marketing communications and advertising, creation of web content, in the analysis and creation of a "consumer portrait" [3].

Copywriting performs the task of writing persuasive advertising or informative texts, which requires in-depth knowledge of psychology in such professional matters: for example, the consumer perception of printed information, conveying mood and emotions through text, etc. [2].

Designing trade halls includes planning the placement of shelves with products, design of price tags, signs, etc. When planning a sales hall, product positions should be placed so that the consumer gets acquainted with the largest number of offers during the search for the product. The psychology of colours is used in the design of price tags, the general concept of the trading hall [1].

Conclusions. Thus, psychology is one of the basic sciences that underlies all marketing approaches and methods. The knowledge of psychology is used in such fields of marketing as copywriting, design and management of trading floors. Psychology is the basis of such a science as neuromarketing, which in turn is actively used in the spheres of branding, communications and advertising, etc.

Literature. 1. Бондаренко А. В. Психологія сприйняття кольору в рекламі та маркетингу / А. В. Бондаренко, С. П. Яланська // *Гуманітарний корпус*: Випуск 37 (том 1). Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2021. - С 142-144. 2. Дюжева К. Копірайтинг як симбіоз журналістики та реклами / К. Дюжева [Електронний ресурс] // режим доступу: https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/9_Diuzheva_Obraz_39.pdf. 3. Сизоненко Ю. С. Нейромаркетинг: сутність, значення і сфери застосування / Ю. С. Сизоненко, К. Ю. Мікуляк // *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг*: III Міжнародна науково-практична конференція, 25-26 лютого 2022 р., Рівне: О. Зень. – С. 91.

22. Психологія успішного навчання

Ангеліна Півторацька, Наталія Чугасва

Національний університет харчових технологій Київ, Україна

Вступ. Часто можна почути вислів: «Хочеш бути успішним – вчися», саме шлях до успіху йде через успішне навчання. Але просто навчатися в університеті недостатньо, важливо, щоб здобувач не просто вмів вчитися самостійно, а й спрямовував свою творчу пізнавальну активність на життєве самовизначення й професійне самоствердження. Цікавість професією та її опанування - одна з найважливіших складових успішного навчання.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані загальнонаукові методи: аналіз, синтез, узагальнення власного досвіду вивчення дисциплін «Психологія успішності» та навчальних дисциплін професійного спрямування.

Результати. Успішність здобувачів вищої освіти залежить від мотивації їх навчальної діяльності. У кожного студента різна мотивація. Одні здобувачі багато працюють над оволодінням матеріалу, труднощі, що виникають, тільки додають їм бажання і енергії працювати над досягненням поставленої мети. А у інших студентів при виникненні перешкод активність в навчальному процесі різко знижується, що призводить до неякісного оволодіння навчальними дисциплінами. Багато науковців у своїх дослідженнях виявляють, що так звані «сильні» і «слабкі» здобувачі відрізняються один від одного не тільки за рівнем інтелекту, а й за мотивацією навчальної діяльності у студентів. Для «сильних» здобувачів характерною є внутрішня мотивація: вони мають потребу в опануванні професією на високому рівні, орієнтовані на отримання міцних професійних знань і практичних умінь. Стосовно ж «слабких» студентів, то їх мотивація загалом зовнішня, ситуативна: уникнути осуду й покарання за низьку успішність, не залишитися без стипендії. Як доводить практика, «сильні» здобувачі вищої освіти часто досягають своєї мети і стають успішними у своїй професії.

Навчання за своєю психологічною сутністю є цікавим для студента, адже професійне обговорення теоретичних проблем науки й практики, надання здобувачу можливості зіставляти різні погляди щодо їх розв'язання стимулює інформаційно-пізнавальну активність студента, значно краще позначається на мотивації його навчальної діяльності й, зрештою, сприяє підвищенню рівня навчальної успішності. Здобувач для успішного навчання повинен постійно знайомитися з новими досягненнями вчених у тій чи іншій професійній сфері, вивчати наукові досягнення і їх практичне втілення у професійну діяльність. Це буде сприяти розширенню світогляду та інтелектуальному розвитку студента. Успішне навчання формується з працьовитості та старанності. Ці чинники дозволять досягти успіху в навчальній і професійній діяльності. Сенс успішного навчання в тому, що здобувачу потрібно оновлювати свій рівень компетенцій, щоб досягти своєї мети. Успішне навчання нам дає не тільки знання, а й розвиває емоційний інтелект, підвищує впевненість у собі, впливає на знання того, що є правильним, посилює наш моральний компас - розуміння того, що є етично прийнятним, тому що навчання – це самовдосконалення.

Висновки. Отже, потрібно прагнути успішно навчатися і завжди поповнювати ці знання, самостійно розвиватися, щоб досягнути вершин у професійній діяльності, здійснити поставлені цілі. Саме той здобувач вищої освіти, який засвоює всі ефективні форми і методи навчальної, творчої діяльності стає високопрофесійним, успішним майстром своєї справи.

Section 24

Foreign languages

Секція 24

Іноземні мови

24.1.

English language of professional orientation

Chairperson – assoc. prof. Olena Halynska
Secretary – Halyna Lukianets

24.1.

Англійська мова професійного спрямування

Голова – доцент Олена Галинська
Секретар – Галина Лук'янець

1. Theoretical substantiation of the use of functional compounds based on hydrocolloids and enzymes in the technology of boiled sausages

Sergii Iepishkin, Igor Strashinskiy, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The topic of my dissertation is "The use of functional compounds based on hydrocolloids and enzyme transglutaminase in the technology of boiled sausages". The research is devoted to the development of an assortment of meat boiled sausages using highly functional compounds. The scientific paper aims to develop a new technological concept of boiled sausages using hydrocolloids and enzyme, as well as research organoleptic parameters, physicochemical and technological characteristics of new products. Innovative technologies of boiled sausages provide for effective regulation of the properties of raw materials and finished products. One of the ways to solve this problem is in particular the use of complex food mixtures based on highly functional components.

Materials and methods. Methods for determining the total chemical composition; organoleptic indicators (taste, smell, texture, appearance, color); research of functional and technological indicators; mathematical processing of results.

Results. When developing the technology of new types of meat products, it is necessary to know the ability of structure-forming components to retain and absorb water and fat, emulsifying ability, gelling and heat resistance, compatibility conditions of the main and auxiliary raw materials.

Modern technologies of meat products involve the use of various food compounds that improve the organoleptic, structural-mechanical and physicochemical characteristics of the finished product. At the same time, sausage factories receive a large amount of meat raw materials with low quality, the actual use of food functional compounds, consistency stabilizers, gelling agents, etc., a significant part of which is taken by hydrocolloids. They are high-molecular compounds that dissolve or swell in water and improve the consistency of products. When using individual hydrocolloids and the enzyme transglutaminase, it is necessary to clearly know and understand the nature of their interaction between each other, as well as with other components of the product. It is necessary to study and take into account the characteristics of each hydrocolloid and take into account the activity of the enzyme depending on the scope and technology of production of certain types of meat products. All hydrocolloids are able to modify and control the rheological properties of meat systems by binding a significant amount of moisture and at the same time reduce the cost of the finished product giving it optimal organoleptic characteristics and texture: from fluid, pasty to gel-like, elastic or fragile. This causes the widespread use of this type of functional components in the meat industry and the prospects of scientific research in this direction.

Conclusions. Practical application of the dissertation research. The results of the dissertation research will be used in the creation of functional compounds based on hydrocolloids and enzyme transglutaminase to create new boiled sausages.

References: Elleuch, M.; Bedigian, D.; Roiseux, O.; Besbes, S.; Blecker, C.; Attia, H. Dietary Fibre and Fibre-Rich By-Products of Food Processing: Characterisation, Technological Functionality and Commercial Applications: A Review. *Food Chemistry*, 2011, pp. 411-421.

2. Change in the amino acid composition of the solution during heat treatment

Tetyana Yaniuk, Halyna Liashko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Soybeans, containing 33-45% protein, 20-25% fat and 25-27% carbohydrates, have all the necessary essential amino acids and fatty acids, a complex of vitamins that determine the completeness of feeding and high productivity of animals and poultry. For raw soybeans, technological processing is necessary, which will lead to deodorization of the grain and significant changes in its chemical and biological complexes, increase in feed value, and improvement of protein assimilation. Currently, in global practice, attention is paid to the use of full-fat soybeans, which allows the most complete realization of the genetic potential of animals and poultry.

Materials and methods. Roast-A-Matic (Schnupp's Grain Roasting, USA) roasting units were used. for roasting soybeans. The relationship between the content of amino acids in soybean seeds was determined by the method of correlation (Multiple Regression, Correlation matrices) and variance (ANOVA) analyzes using Statistica 10 and Microsoft Office 2010 programs.

Results. The basis of physical methods of deactivation of pathogens of infectious diseases, fungi and anti-nutrients is the transfer of thermal energy from its source to the grain and from its outer layers to the inner ones. Thanks to the intensive transfer of heat energy by water vapor, the grain quickly heats up, dehydrates, and the energy is spent only on the destruction of anti-nutrients.

During the roasting processing of soybean seeds, the amino acid composition also changes, although it remains at the level of 96-99% of the initial value.

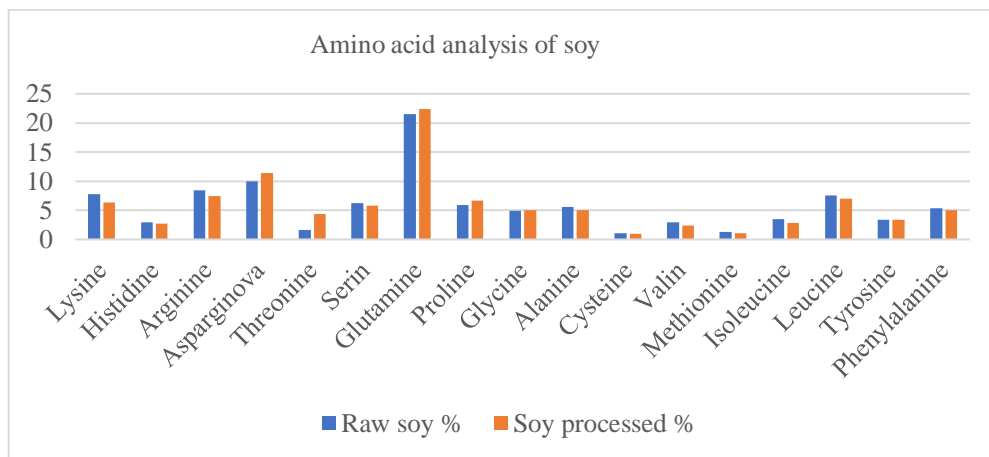


Diagram 1.1. Change in the content of amino acids before and after roasting

Conclusions. Heat treatment of soybean seeds increased the amino acid composition from 21.9128 mg for raw to 22.6634 mg for processed. But, the destruction of amino acids is also noticeable. In processed soybeans, the increase in amino acids occurs due to a significant increase in aspartic acid by 1.36%, threonine by 2.7%, glutamic acid by 0.96%, proline by 0.71%, glycine by 0.11% and tyrosine by 0.04%.

3. Substantiation of meat semi-finished products with the use of taste compositions

Inna Danylevych, Vasyl Pasichnyi, Halyna Lukianets
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Meat is the main source of proteins. Proteins are full-fledged and well absorbed by the body. The coefficient of assimilation accounts for 94-98%. Proteins of meat promote the development and exchange of substances in the body, are building material for cells, tissues and organs. Shashlyk is one of the most favorite dishes – not only to satisfy hunger, but also bring pleasure, so preparing themselves food, people always improve the way of its preparation.

Materials and methods. History of the development of barbecue, which was analyzed by the historical and comparative methods.

Results. There is a unique castle in Hungary in the city of Szekesfehervar. One and only one person, acting at the same time as a sculptor, architect and artist has been building this Castle on his own for two decades and filled it with beautiful statues and paintings dedicated to the one and only queen of his heart, his wife. They say she knew how to cook a robber's roast like no one else. It is similar to the Caucasian kebab and is also prepared on a spit, only the skewer is strung: rye bread, meat, smoked lard (of course, with spices and wine), and again in the same order, ending the skewer with bread. It is said that local chefs still treat tourists who visit the Castle of Love.

Many people, who are not familiar with history, have the idea that shashlik is some special dish of the peoples of the Caucasus, peculiar only to them. This is not true at all. The same barbecue can be found in cuisine of many peoples around the world. By the way, the word "shashlyk" itself is not of Caucasian origin at all, it is a distortion of the Crimean-Tatar word "shish" - "twisted", "shishlyk" - "something cut to pieces".

It is pointless to look for the country where barbecue first appeared. Even ancient people, having learned how to make fire, ate meat cooked on a bonfire. Hundreds of centuries later, hunters and soldiers roasted meat on ramrods from muskets and whistles in the old days. In Armenia, shish kebab is called "horovats", in Azerbaijan - "kebab", in Turkey - "shish-kebab". In the Mediterranean countries, a kebab is a cutlet mass with a lot of mint, strung on wooden sticks and baked in coals. In the West and in America, "twisted" dishes have turned into "turned over", there they cook meat on a grill in grills called "barbecue", and this is how you can describe absolutely every country.

The history of marinade and pickling is dark, interesting and mysterious. Actually, mare is the sea, and ad is a suffix that indicates the duration of the action. Accordingly, we can assume that initially the marinade was used to preserve food supplies on ships on long voyages from spoiling. And really, why spend on a variety of preserving ingredients when there is an entire ocean overboard — a virtually eternal source of marinade. The use of sea water as the first natural marinade is known to almost all maritime peoples.

Conclusions. The combination of meat and plant raw materials in food products allows not only to diversify the assortment and give new tastes of finished products, but also to increase functional and technological properties and extend their shelf life. Recently, food products, which are marked as "healthy food", have been given more and more attention from both producers and consumers. Research in the field of healthy nutrition has practical interest. Scientists are studying the possibility of optimizing chemical composition of the product using plant raw materials of different origin.

References.

Pasichnyi, V. & Sabadash, P. (2007). Food additives in food production. *Food and ingredients*, 4, 27-29.

4. Theoretical justification of the usage of structure-forming compositions in the technology of meat- containing chopped semi-finished products

Perhat Oleh, Igor Strashinskiy, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The topic of the research is "The use of structure-forming compositions in the technology of meat-intensive chopped semi-finished products". Development of mixtures, concepts, improvement of technologies and production processes of meat-containing and vegetarian semi-finished products is the main goal of the dissertation research. In addition, the study of organoleptic, physicochemical and technological characteristics of new products is an indispensable component of the dissertation research.

The latest technologies provide for the effective use of raw materials, and new structure-forming compositions are being developed for this purpose.

Topicality of research. Modern technologies for the production of semi-finished products involve the use of various food compounds that improve the organoleptic, structural-mechanical and physicochemical characteristics of the finished product. Functional mixtures, dietary fibers, proteins, stabilizing mixtures are used for this purpose. All these ingredients are able to modify and control the rheological properties of minced meat systems by binding a significant amount of moisture and at the same time reduce the cost of the finished product, giving it optimal organoleptic characteristics and texture: from liquid, paste-like to gel-like, elastic or brittle. This determines the wide use of this type of functional components in the meat industry and the prospects of scientific research in this direction.

The object of research. The technology for the production of semi-finished products with the use of structure-forming compositions provides:

- analysis of the market of semi-finished products;
- selection of ingredients to create mixtures with certain functional properties;
- justification of the use of mixtures;
- improvement of recipes and production process;
- assessment of the effect of the mixture on the finished product;
- developing normative documents;
- mixture testing and industrial testing at the production site.

Subject of research. A mixture of fibers, vegetable proteins, as well as some types of hydrocolloids. Minced meat Organoleptic, physical and chemical parameters of samples of semi-finished products.

Methods of projected research.

- methods of determining the general chemical composition, organoleptic characteristics (taste, smell, consistency, appearance);
- study of functional and technological indicators;
- mathematical processing of results.

Conclusions. Practical application of dissertation research. The results of the dissertation research will be used in the creation of functional compounds based on fibers, plant proteins, as well as some types of hydrocolloids, to make new semi-finished products.

References.

1. Elleuch, M.; Bedigian, D.; Roiseux, O.; Besbes, S.; Blecker, C.; Attia, H. Dietary Fibre and Fibre-Rich By-Products of Food Processing: Characterisation, Technological Functionality and Commercial Applications: A Review. *Food Chemistry*, 2011, pp 411-421.

5. Criteria for identification of confectionery products

Anastasiia Bozhko, Svitlana Usatiuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Identification is a mandatory procedure when conducting an examination, evaluating the quality and safety of any food product. For an unidentified product, it is practically impossible to assess quality and safety indicators with a high degree of probability. Identification examination of food products is carried out in accordance with the legislation of Ukraine, but specific criteria for its implementation are not always given in regulatory documents.

Materials and methods include analytical approaches to information evaluation.

Results. Identification is a procedure for confirming the conformity of the organoleptic, physicochemical and microbiological indicators inherent in a given type of food product to the parameters and properties specified in the regulatory requirements and in the labeling of this food product, as well as the procedure for confirming the generally recognized name of the given product for the corresponding type, commercial brand or brand name.

Information sources of identification include:

- regulatory documents (technical regulations, standards, technical conditions, etc.);
- regulatory indicators that can be used for the purpose of identification;
- product accompanying documents (quality and safety certificates, product descriptions, operating instructions, passports, etc.) [1].

The most important source of information in the identification of food products is the labeling, which should contain information suitable for the purposes of identification and confirmation of conformity.

The main purpose of identification of confectionery products is to establish the composition of the investigated products, their compliance with the requirements of the standard, technical conditions, recipe, determining the features of the technology and the date of production, methods of their falsification, concentration of chemical harmful substances in them.

The process of identification of confectionery products consists of three main stages: a separate study is a preliminary identification; comparative study – final identification; assessment of comparison of results – final identification. Two main groups of methods are used for purposes and product identification: sensory and measuring. The criteria for identification of confectionery products can be: indicators of the quality of raw materials, features of technological processes (temperature, time, pressure, speed of whipping or kneading), organoleptic and physicochemical indicators of finished products, assortment, recommendations for consumption, compliance with product accompanying documents.

Conclusions. When conducting an identification examination of confectionery products, it is proposed to use the following as criteria: organoleptic and physicochemical indicators of raw materials and finished products, peculiarities of technological production processes, compliance of quality indicators with the requirements of regulatory documents, purpose of the finished product.

References.

1. Kovalchuk Kh.I., Storchak I.O., Katruk M.I. Aspekty identyfikatsii boroshnianskykh kondyterskykh vyrobiv. *Suchasne materialoznavstvo ta tovaroznavstvo: materialy V Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi internet-konferentsii*. Poltava, PUET. 14-15 March 2018. P. 156-159.

6. The problem of selenium deficiency and its solution

Myroslav Khonkiv, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Selenium deficiency is a significant problem that is increasingly affecting humanity. The effect of selenium deficiency on human health is to disrupt the synthesis of many selenium-dependent proteins that are responsible for numerous important functions in the human body. The study characterizes selenium deficiency and considers possible methods of solving the problem.

Materials and methods. A review of recent studies on selenium deficiency and its prevention was conducted.

Results. The main role of selenium is presence in key selenoproteins. The recommended dietary intake of selenium is 55 mkg per day [1]. It is established that this amount is optimal for maximum activity of the selenoprotein glutathione peroxidase. This enzyme is a key component of the antioxidant system of the human body. Glutathione peroxidase deficiency leads to an increased risk of developing chronic diseases such as cardiovascular disease, cancer, kidney disease, and others. Another selenium enzyme, thioredoxin reductase, is involved in DNA synthesis by reducing nucleotides, which then helps control the redox state of cell. One more example is iodothyronine deiodinase, which converts thyroid hormones into a more active form and regulates body's metabolism and energy balance. A deficiency of this hormone can lead to a variety of diseases, such as hypothyroidism, overweight, diabetes, fertility disorders, and others.

The growing selenium deficiency is associated with a decrease in its content in plant materials, which is due to a decrease in the selenium content in soils. Recent studies confirm the downward trend in soil selenium content in many regions of the world. In particular, the selenium content in Ukrainian soils ranges from 0.03 to 0.88 mg/kg. The most soil samples are from different regions having a selenium content of less than 0.2 mg/kg, which is a low level of selenium [2]. In addition, the problem is the availability of acidic soils in Ukraine, where inorganic forms of selenium form chelates with ferric hydroxide and are almost not consumed by plants [3].

The solution to overcome selenium deficiency can be to germinate seeds or beans in a selenium-containing solution, use selenium-containing fertilizers, or directly add selenium to food. For the latter option, biological agents such as yeast, lactic acid bacteria can be used to safely biotransform inorganic forms of selenium into organic or elemental selenium nanoparticles and use them in the preparation of functional foods.

Conclusion. Selenium deficiency leads to a number of human diseases that can be overcome by biological methods through direct compensation of selenium in soils or by specific biotechnological methods in which selenium is added directly to food using various approaches.

References

1. Ibrahim, S. A., Kerkadi, A., Agouni, A. Selenium and health: an update on the situation in the Middle East and North Africa. *Nutrients*. 2019, 11 (7): 1457.
2. Kushnir, V. M., Stadnyk, O. V., Kasiyan, O. M., Kudrinskaya, V. A., Basiuk, T. V. Assessment of selenium content in soils of different agroclimatic zones of Ukraine. *Agrokhimia*. 2019, 3: 22-31.
3. Stabnikova, O., Antoniuk, M., Stabnikov, V., Arsenyeva, L. *Ukrainian Dietary Bread with Selenium-Enriched Soya Malt. Plant Foods for Human Nutrition*. 2019, 74: 157-163.

7. Technology of multicomponent albumin product

Nikita Soloviov, Alla Tymchuk, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The trend towards the creation of multicomponent dairy products with a given composition and properties that meet not only modern medical and biological requirements, but also the traditions and habits of the population remains relevant. Technologies for dairy-protein products have been developed and introduced into production, which include the use of cereals of various processing levels, fruit and berry fillers in the form of puree, extracts of wild plants, etc. Taking into account the above, it is important to improve the technology of a multicomponent albumin product with the addition of Jerusalem artichoke syrup.

Materials and methods. The following components were selected as formulation components: Jerusalem artichoke syrup (TU U 10.8-2368107711-001.2017), milk protein concentrate obtained by the method of thermoacid precipitation of whey proteins of cow's milk (DSTU (National Standard of Ukraine) 4458:2005).

The raw material for the production of dairy-protein concentrate is whey with the following physicochemical parameters: mass fraction of solids $6.1 \pm 0.3\%$, including protein $1.0 \pm 0.05\%$, fat $0.1 \pm 0.01\%$, milk sugar $4.5 \pm 0.2\%$, minerals $0.5 \pm 0.02\%$, titrated acidity 18 ± 2 °T, density 1018 kg/m³. Thermoacid coagulation was carried out at a temperature of 90 ± 2 °C and a duration of 80 ± 2 min at pH 4.4...4.6. The consistency of Jerusalem artichoke syrup was determined by a modified method used to characterize honey. Jerusalem artichoke syrup contains 100 g: carbohydrates - 65.5 g, including 4.5 g of dietary fiber, ash - 1.4 g. Caloric content is 267 kcal (1118 kJ).

Results. The conditions of introduction and the optimal dose of vegetable filler into dairy-protein concentrate were determined, taking into account the increased viscosity of the syrup. Changes in the consistency of Jerusalem artichoke syrup at different temperatures from 20 °C to 65 °C were studied.

The choice of the optimal dose of syrup was based on the principle of preserving the organoleptic characteristics characteristic of traditional albumin products. The range of filler content was from 5.0 to 14.0%. In the model samples, an intense color change from light to dark cream was observed. Chopped nuts were used to improve the taste properties of poly-component albumin products. Their addition gives the product a pleasant taste and aroma, emphasizes the addition of Jerusalem artichoke flavored syrup, and additionally enriches the product with vegetable proteins, carbohydrates, vitamins, pectin, fiber, and minerals. The technological process for the production of a multicomponent albumin product includes the following operations: raw material preparation, batch preparation, and mixture processing. All components according to the recipe - dairy-protein concentrate, Jerusalem artichoke syrup, and nuts - were mixed for 5 to 10 minutes. Then it was cooled to a temperature not exceeding (4 ± 2) °C. The effect of the syrup on the shelf life of the finished product was studied for 72 hours. An albumin product without Jerusalem artichoke syrup was used as a control. During storage, a slower increase in titratable acidity was observed (≈ 2 °T per day).

Conclusions. Jerusalem artichoke syrup is sufficiently technological and can be recommended for the production of various multicomponent albumin products subject to adjustment of its amount. The optimal dose of the syrup is 8.0...11.0%. It was found that before adding to the dairy-protein concentrate, Jerusalem artichoke syrup should be heated to a temperature of 60 ± 5 °C to achieve a liquid consistency. This contributes to better mixing of the recipe components.

8. The possibility of storing renewable energy at food enterprises

Dmytro Mykhailychenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In recent times, the share of green energy is constantly growing both in the countries of the European Union and in Ukraine. Renewable energy can be integrated in the food industry, which uses artificial cooling in processes of manufacturing.

Materials and methods. Analytical review of information sources in the field of renewable energy. Analysis of the results of mathematical modeling using Google Sheets and MathCad programs.

Results. Each production has free areas such as the roof of production buildings. These roofs can be used to generate energy with solar panels. It has been established that on average in the latitudes of Ukraine, the horizontal surface receives about 333 MJ/m² of total solar energy per month [1]. The possibility of using solar panels to accumulate low-potential energy based on ice. The calculation showed that the required area of solar station to provide peak capacity is from 515 m² to 2786 m². This area is acceptable for the roofs of enterprises. The Google Maps open data identifies the roofs of the Wimm-Bill-Dann Ukraine and Starokostiantyniv Dairy Factory of 2 800 m² and 4520 m², respectively, on which the solar panels are possible [2]. The calculation is established that on a cloudy day on an area of 1 960 m² (70% of the total area of 2800 m²) it is possible to obtain from 8.38 kW of electrical power, and in the sun day - 35.03 kW (800 W/m²). Thus, if the produced energy is not used for production, and accumulating in ice-storage we get the opportunity to accumulate energy to further compensate for production peaks. Received from the calculations that low - potential energy generation can range from 47 kWh to 245 kWh (1000 W/m²), depending on the time of operation of the solar station.

The overall dimensions of ice-storage depend on the thickness of the ice accrued in it and the total quantity of energy that needs to be accumulated. Experimental data determine the extreme rules on ice thickness. So it is possible to reach 12 mm at a boiling temperature of a freon -5°C, 18 mm at a temperature of -20°C. Reduced boiling point to produce an additional 6 mm will not be energy efficient, so the thickness of 12 mm and the time of its formation for 6000 s are accepted [3]. Thus, according to the calculation of 1960 m² of the roof zone per day can be obtained up to 295 kWh of accumulated energy. The use of accumulated energy reduces peak electricity consumption without using energy from the electrical network.

Conclusion: The calculations indicate that the introduction of renewable energy sources in the production capacity of the food industry will reduce the capital costs of refrigeration equipment and reduce emissions of harmful substances that are formed when burning fossil fuel required compensating for daily peaks in the country's power system.

References

1. I. Venhryn, S. Shapoval. The intensity of solar radiation in the city of Lviv. *Energy efficiency in construction and architecture*. 2019. Issue 12.
2. Canadian Solar. Super High Power Polyperc Module. 2023. Available online: https://static.csisolar.com/wp-content/uploads/2023/01/06165025/CS-Flyer-TOPBiHiKu7-TOPCon_v2_EN.pdf (accessed on 2022).
3. O. Pilipenko. Dynamics of ice crystallization on vertical cooled down pipes in elements of thermal energy accumulators within refrigeration and air conditioning systems. Dissertation. NUFT. Kyiv. 2012.

9. Methodology of criterion analysis and synthesis of dosing and packaging modules for bulk production

Oleksandr Gavva, Liudmila Kryvoplias-Volodina, Halyna Lukianets
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The newest methodologies for creating packaging machines are based on the functional-modular concept. This concept involves the creation of clusters from modules of various functional purposes. When choosing a functional module from a cluster with optimal technical and economic parameters, it is not enough to evaluate it only by technical characteristics. An important factor in this case is the efficiency of performance of the given functions. Quantitative assessment of this factor can be performed using criterion analysis and synthesis.

Materials and methods. The theory of criterion analysis and synthesis takes into account "irritating factors" of the packaging process, its disadvantages and errors. Thus, the following factors can be taken into account for the dosing and packaging module of bulk products: the complexity of the process; damage of the product appearance of the packaged item; blows; pulsation; shocks; vibration etc. These parameters can be functionally classified and implemented in the form of special synthesis criteria K_j and their corresponding criterion indices j .

Results. Based on the photogrammetric analysis of the movement of particles of bulk products in the channels of dosing and packaging modules, it is proposed to take into account the following criterion indices:

- n - takes into account the number of technological transitions during dosing. To determine its numerical value, the number of executed transitions is counted:

$$n = \sum n_j - n_{min},$$

where n_j are the current values of transitions being performed; n_{min} - the minimum possible number of transitions performed. In the case of $n_0=0$ with $n_j=n_{min}$, where n_0 is the optimal numerical value of this criterion index. That is, when $n_0=0$, the operation is optimal, which is performed with the minimum possible number of transitions and is reliable and economically feasible;

- C is the cyclicity of the operation taking into account the duration of the idle run t_x ; $C=t_x(C)1$, $C=0$ at $t_x = 0$, where C_0 is the optimal numerical value of this criterion index. At C_0 , the operation is continuous;
- Cm is the complexity of the trajectory of the centers of mass of the dosing objects in time: $Cm=\sum C_j$; $Cm_0 = 0$ at $\sum Cm_j=0$, where Cm_0 is the optimal value of this criterion index. At Cm_0 , the trajectory is a straight line;
- D is the dynamics of the elements of the trajectory of the centers of mass of particles of loose products over time. $D=\sum D_j$; $D_0 = 0$ at $\sum D_j=0$, where D_0 is the optimal numerical value of this criterion index. At D_0 , the dynamics of the operation (shocks, jolts, traffic jams, etc.) are absent.
- S is the speed of movement of a particle of loose products from a measuring container into a container. This criterion can be calculated using the formula : $S = (1 - f_{out}/f_{in})$, where f_{out} is the cross-sectional area of the output channel from the measuring tank; f_{in} is the cross-sectional area of the input channel into the packaging device or container: $S_0 = 0$ when $f_{out} = f_{in}$, where S_0 is the optimal value of this criterion index. When $S_0 = 0$, the channel is not shaped, but cylindrical, and the value of the speed of product movement is close to the speed of free fall of the particle, that is, there will be a maximum value of productivity.

To determine the functional module with the optimally performed dosing and packaging operation, weighting factors f_i were used, which make it possible to obtain weighted sums of the values of the criterion indices.

Based on the research results, a decision matrix is built. In such a matrix, the optimal solution of the module is taken to be the performed dosing and packing operation with the minimum sum of the products of the values of the indices by the weighting factors.

Conclusions. The proposed methodology of criterion analysis and synthesis makes it possible to evaluate the functional modules of dosage and packaging of loose products according to the quality factors of the performance of the specified functions. A similar methodological approach can be used in the analysis of other functional modules of packaging machines according to their characteristic criterion indices.

References

1. Funktsionalno-modulne proiektuvannya pakuvalnykh mashyn [Functional and modular design of packaging machines] / O. M. Gavva, L. O. Kryvoplias-Volodina, S. V. Tokarchuk ta in. Kyiv: Stal, 2015. 547 p. [in Ukrainian]
2. Palchevskiy B.O. Avtomatyziatsiia tekhnolohichnykh protsesiv (vyhotovlennia i pakuvannia vyrobiv) [Automation of technological processes (production and packaging of products)]: navch. posibnyk. Lviv: Svit, 2007. 392 p. [in Ukrainian]
3. Hunko I.V., Halushchak O.O., Kravets S.M. Analiz tekhnolohichnykh system. Obruntuvannia inzhenernykh rishen [Analysis of technological systems. Justification of engineering solutions]: navch. posib. Vynnytsia: VNAU, 2019. 216 p. [in Ukrainian]

10. Analysis of gluten-free grain crops

Maryna Pobrusylo, Nadia Ivchuk, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Every year, the demand for gluten-free products is growing exponentially. This presents technologists with the task of expanding the assortment of this product segment. One of the ways is the use of non-traditional crops.

Materials and methods include analytical approaches to information evaluation.

Results. The most common gluten-free crops include buckwheat, rice and corn. Although the analysis of scientific literature shows that scientists are increasingly turning to the so-called non-traditional gluten-free raw materials. In particular, research was conducted on the technologies of gluten-free flour confectionery and bread based on sorghum, beans, pearl barley, amaranth and millet.

It has been established that a plant grown in harsher climatic conditions without agricultural care will have significantly higher vitamin content. This is due to the fact that by accumulating these substances, the plant increases its resistance to negative external factors (climate, pests). In addition, it was established that the content of certain substances in its composition varies depending on the variety of the plant. Therefore, it is advisable to conduct an analysis of different varieties of millet as a gluten-free raw material.

Common millet varieties zoned in Ukraine include: Veselopolyanske 176, Kyivske 87, Myronivske 51, Start, Kharkivske 31, Kharkivske 57, Sonyachne, Lilove, Syavo, etc.

So, let us consider the chemical composition of the five most common selected varieties of millet grown in Ukraine.

Table – Chemical composition of millet from millet grain of different varieties

Nutrient content, %	Varieties of millet				
	Slobozhanske	Vitrylo	Korolivske	Kostyantynivske	Kozatske
Protein	9,66	10,28	11,54	10,49	9,89
Fat	1,33	1,37	0,94	1,06	1,01
Mono- and disaccharides	1,36	1,75	1,43	1,45	1,54
Starch	66,9	67,5	65,0	68,7	68,1
Cellulose	0,72	1,22	0,78	1,15	1,36
Organic acids	0,13	0,20	0,17	0,15	0,17
Ash	1,04	1,25	1,75	0,98	1,19

Therefore, from the data given in the table, it can be seen that all varieties of millet have a high fiber content. In particular, the record holder is the "Kozatske" variety. However, in terms of protein content, this variety is somewhat inferior to such varieties as "Korolivske", "Konstantynivske" and "Vitrylo". Ash content characterizes the total amount of mineral substances. However, to characterize the product as functional, a more detailed chemical analysis of the mineral composition of millet is necessary.

Conclusions. Having analyzed the chemical composition of modern varieties of millet grown in Ukraine, the following conclusions can be drawn: millet is a source of dietary fiber, protein and minerals. It is relatively low in fat and high in starch. As a summary, we can assume that wheat flour is a promising raw material for creating functional gluten-free products. "Kostyantynivske" can be considered as the best variety among those analyzed. This variety itself has a relatively balanced composition of nutrients.

11. Development of special purpose fruit and berry marmalade

Valeria Lutsenko, Iryna Goyko, Halyna Lukianets

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The negative impact of man-made environmental factors on the health of the population necessitates the production of high-quality food products that contain pectin. The property of pectins to form jelly in the presence of sugar and acid is widely used in food technology in the production of jelly products.

Materials and methods. The work uses standard methods of researching quality indicators of finished products. For a more complete study of the structural and mechanical properties, an organoleptic evaluation of the products by consistency and an evaluation of the nutritional value by the content of pectin substances was carried out.

Results. According to literary data, red currant berries are a medicinal product, since they contain tannins and coloring substances - 0.11-0.42%, nitrogenous substances, proteins - 0.20-1.5%, iron salts - 3-3.5 mg/100 g, iodine - 16-26 µg/100 g, vitamins: A (β-carotene) – 0.2-0.5 mg/100 g, H (biotin) – 2.5 µg/100 g, B9 (folic acid) - 3-5 µg/100 g. Ee berries have dietary properties due to the predominance of easily digestible glucose and fructose in their composition with almost no sucrose.

Red currant is valued for its antioxidant properties, which are due to its presence in the berries ascorbic acid, substances of P-active nature, pectins and are able to restrain free-radical oxidation in the human body, preventing the aging process. Red currant berries fully meet the requirements for the production of quality jelly products based on the local fruit and berry potential. Red currant is valued for its antioxidant properties, which are determined by the presence of ascorbic acid, substances of P-active nature, pectins in the berries and are able to restrain free-radical oxidation in the human body, preventing the aging process.

The value of pectins as biologically active substances is determined by their ability to form insoluble complexes with polyvalent metals (iron, cobalt, zinc, tin, chromium, strontium), radionuclides, and other toxic elements and remove them from the human body.

The high quality of red currant berries made it possible to propose methods of cooking fruit and berry shaped marmalade without the addition of structuring agents with reduced sugar content and its complete replacement with sugar substitutes (sorbitol and fructose) in various ratios, taking into account their degree of sweetness in relation to sucrose, while the amount of juice and puree was kept constant according to the traditional formulation of the product. On the basis of numerous experimental studies, including evaluation of organoleptic and structural-mechanical properties, a recipe for marmalade with a complete replacement of sugar with a ratio of sorbitol and fructose (1:1) was recommended, as well as a technology of marmalade with a reduced sugar content with the proportions of puree: sugar - 1 :0.7. The control sample was fruit and berry shaped marmalade made from red currant berries, cooked using sugar-based technology without the addition of pectin.

Conclusion. The obtained fruit and berry marmalade with the addition of red currant berries allows you to reduce the amount of sugar introduced into the recipe mixture as one of the components of making jelly, as well as to completely replace it with sugar substitutes without deteriorating the consistency of the product.

12. How to improve language skills with a help of animated movies?

Maksym Klymenko, Nataliia Naumenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. At National University of Food Technologies (hereinafter named NUFT), working with artistic phenomena on the foreign-language classes is aimed at not only boosting the students' soft skills, including various language competencies, but also confirming the specifications of the creative collaboration between students and teachers [1, p. 6]. This is completely correspondent to the novelty principles of 'student-oriented education,' when a student is not an object, but a valid subject of educational process.

Materials and methods. To confirm the esthetic and educational role of animated movies applied to teaching and learning the basics of foreign language for biotechnologists, the didactic, scientific modeling, and communication methods were used.

Results. Actually, the idea of using animated movies in teaching and learning English for specific purposes. is great. As a matter of fact, the cartoon movie possesses enough means to combine the visual and audible elements in picturing a natural phenomenon or an experiment to be observed.

The high-quality animated movie is the products of synthesis of the following arts [Naum, p. 122]: literature (writing a story), dramaturgy (setting up the script), painting and graphics (the figures of characters, backgrounds, and footage), theatrical art (movements and poses of the characters, changes of scenery), cinema and photo (dynamic or static images shooting), music and sound recording (figuring out the soundtracks). Many examples of how the authors of the didactic cartoon movies on the foreign language comply with these rules can be found in large amounts in the Internet, mostly on the YouTube, where the best specimens in this genre are uploaded.

Subsequently, the first step of figuring out such an animated movie is writing a script. The practice shows that any specific reading text from an ESP workbook is open to transform into a page-turner; for instance, the topic "Laboratory Glassware and Equipment" may become a base for a virtual 'excursion' around the animated chemical laboratory. Showing a dynamic phenomenon, say a chemical reaction, is considered the special kind of scientific modeling and otherwise the main rule to compose a story in which the animation means would be successfully used. The next stage is selection of visual images. Traditional characters of educational animated movies are not only people (laboratory personnel, academicians, lecturers or the ordinary citizens), but also, even far more frequently, unanimated objects – glassware, symbols of chemical elements, molecules, atoms and so on. Unlike any action movie, an animated one is capable of displaying the momentary transformations of one object into another and teleportation from one location to another. This is believed to be the best way to expose a complicated process that would need several typed pages to be described in words.

Conclusions. Working with animated movies – either in the class or online – represents the motivational pedagogical phenomenon: for a teacher, it is to reveal one's awareness of various areas of science during selection of cartoons to be discussed and meantime to broaden one's worldview; for a student, it is to apply the creative approach to comprehend the foreign-language material through different perception channels, the skills to analyze and furthermore to present it successfully.

References:

1. Semenyuk, H., Hulyak, A., Naumenko, N. (2015). *Literaturna maysternist pysmennyka: pidruchnyk [Literary Mastery of a Writer: A Workbook]*. Kyiv: Stal Publishers. 405 p.

13. Importance of foreign languages for the future environmental auditors

Vyacheslav Kasatov, Nataliia Naumenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Nowadays, for employment as an ecologist, environmental auditor, etc., in the list of requirements for a candidate for the position of ecologist, among other requirements of the employer, there is often an item about the desired knowledge of English, at least at a sufficient level for the start. The introduction of such a requirement by the employer can be explained by the integration of Ukraine into the EU; therefore, all work documentation will be conducted entirely in English in the near future.

Materials and methods. For an environmental auditor, knowledge of the English language will also become mandatory in the near future, since in the course of his work he will operate not only with Ukrainian but also with European environmental legislation in the field of environmental protection. Upon studying the problem, the analytic, perceptive and comparative methods were used.

Results. During training of the specialist in the field of ecology, Ukrainian higher educational institutions mostly recently apply the practice of teaching specialized disciplines in English, during the course of study, students take part in writing scientific papers in English to acquire the level of English proficiency, therefore, near the end of the study, the student develops or significantly increases the level of English proficiency, which cannot help but be positively reflected in the further successful employment of the university graduate. Thenceforth, it is worth concluding that in ecology, knowledge of the English language is quite an important factor for building a successful scientific or job career in leading companies in Europe, Ukraine and the world.

As an example of a scientific article in the field of Ecology, one could cite an example of a scientific article entitled: "Fundamental principles of the functioning of environmental law in the context of scientific research by home scientists." The article analyzes the scientific research of leading home scientists in the field of environmental law in all its dimensions and systematizes scientific developments into separate groups according to the field of scientific research. Thus, the first group includes a number of works by scientists who in their research focused on the relationship between environmental law, politics and economics, thereby reflecting the conceptual basis of the relationship between them (V. Peryn, M. Zaludyak, N. Yerofeeva, M. Martynyuk, O. Smohiy, M. Khilko, N. Sytnyk). Their main hypothesis was the development of a common methodological base of social ecology, which should be aimed at analyzing problems at the regional and societal levels, and at the formation of proposals for solving global environmental problems at the state and regional levels based on the analysis. The second group consisted of the works of those scientists who in their research were based on the observance and full implementation of the rights of citizens in the context of safe life and environmental protection as the main factor affecting the health of the population (B. Rozovsky, P. Rabinovych, Yu. Todyk, V. Bredykhina, S. Hrytskevich). The third group consisted of the works of those scientists who conducted research in the field of ecological nature management and environmental protection (V. Zuev, S. Shershun, R. Kirin, M. Vasylieva).

Conclusions. Despite a significant amount of scientific research, the issue of regulated use of natural resources in accordance with the legal norms of international law remains open. On the basis of the conducted research, the article draws conclusions and presents personal views on the researched topic, etc. Finally, it is expedient to quote V. Vernadskyi: The well-being of people and the world on Earth, the safety of the planet and the triumph of the "kingdom of reason" are everyone's business.

14. Dietary protein for athletes: from requirements to metabolic advantage

Yelyzaveta Potapenko, Svitlana Bilous

National University of Food Technologies, Kiyiv, Ukraine

Introduction. Excess protein intake is a problem for strength training athletes. High protein diets consistently result in greater weight loss, greater fat loss, and lean mass retention if compared to low protein diets.

Materials and methodology. Researches of the American Dietetic Association, Dietitians of Canada, and the American College of Sports Medicine: Nutrition and athletic performance. There have been analyzed modern scientific data related to energy requirements of athletes, assessment of body structure, weight change strategies, nutrients and liquid needs of athletes.

Results. In the result of the researches there have been established that during times of high physical activity, energy and macronutrient needs--especially carbohydrate and protein intake--must be met in order to maintain body weight, replenish glycogen stores, and provide adequate protein for building and repair of tissue. Fat intake should be adequate to provide the essential fatty acids and fat-soluble vitamins, as well as to help provide adequate energy for weight maintenance. Overall, diets should provide moderate amounts of energy from fat (20% to 25% of energy); however, there appears to be no health or performance benefit to consuming a diet containing less than 15% of energy from fat. Body weight and composition can affect exercise performance, but should not be used as the sole criterion for sports performance; daily weigh-ins are discouraged. Consuming adequate food and fluid before, during, and after exercise can help maintain blood glucose during exercise, maximize exercise performance, and improve recovery time. The Dietary Reference Intakes (DRI) specify that the requirement for dietary protein for all individuals aged 19 y and older is 0.8 g protein per 1 kg. This Recommended Dietary Allowance (RDA) is cited as adequate for all persons. But the published data certify that individuals habitually performing resistance and (or) endurance exercise require more protein than their sedentary counterparts. The RDA values for protein are clearly set at the level of protein judged to be adequate to meet the known nutrient needs for practically all healthy people. The RDA covers protein losses with margins for inter-individual variability and protein quality.

Conclusion. Higher protein diets are effective for weight loss, particularly fat loss, providing a basis for understanding dietary protein intake in the context of weight loss and athletic performance.

References

1. Dietary protein requirements and adaptive advantages in athletes. Phillips SM, Br J Nutr. 2012 Aug;108 Suppl2:S158-67. doi: 10.1017/S0007114512002516.PMID: 23107527
2. Dietary protein for athletes: from requirements to optimum adaptation. Phillips SM, Van Loon LJJ Sports Sci. 2011;29 Suppl 1:S29-38. doi: 10.1080/02640414.2011.619204.PMID: 22150425
3. Effect of whey and soy protein supplementation combined with resistance training in young adults. Candow DG, Burke NC, Smith-Palmer T, Burke DG. Int J Sport Nutr Exerc Metab. 2006 Jun;16(3):233-44. doi: 10.1123/ijsnem.16.3.233.PMID: 16948480

15. Selection of the type of roasting of coffee beans according to their taste properties

Oleksandra Starostenko, Svitlana Bilous

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Coffee is a familiar product but we do not think about what changes occur to it before it gets into our cups. And a special place in this process is occupied by coffee roasting which can be compared to crystal cutting which emphasizes the beauty of the mineral: this stage emphasizes the taste of the coffee bean.

Materials and methods. The research was conducted by analyzing different roasting technologies, taking into account the qualitative characteristics of coffee beans.

Results. Most often coffee packaging only indicates the degree of roasting of the coffee bean. However, the technology used during roasting also affects the sensory properties of coffee. Since different essential oils contained in the bean are released at different temperatures [1], beans processed with using of different technologies will acquire different flavor shades. Thus, if you have high quality beans, you should choose between light or medium roasting technologies. Light roasting technologies include Scandinavian and New England techniques. If the raw material has a rich bouquet and sour taste, you should choose the Scandinavian technology (Cinnamon roast). This type of roasting will add spice to the flavor and emphasize the natural acidity. It should be used for beans from Kenya, Jamaica or Nicaragua. For raw materials that have floral or fruity notes, it is worth using New England roasting.

There are many techniques of medium roasting, so I will analyze the main ones. American [2] roasting should be used to obtain a drink with a thick taste and aroma. This is because the technology does not release oils to the surface of the grain and retains them inside. This roasting is best suited for beans from Kenya, Sumatra, or Guatemala. City [2] roasting is used when we want to emphasize the flavor, with this roasting the taste will not overshadow it.

Since there are many dark roasting techniques, I will consider only two of them, the Viennese and the Italian. Vienna [3] roasting is characterized by the release of oil spots on the surface of the grain. This way, hidden notes of flavor and aroma are revealed, i.e. it is suitable for those cases when we need to reveal a delicate but weak bouquet. Italian, or Espresso [4] roasting is the darkest of the possible roasts. With this technology, the surface of the grain is completely covered with oils, the taste becomes the most intense, but "charred". You should be very careful with this roasting, as manufacturers often try to hide grain flaws in this way.

Conclusion. It is worth choosing a roasting technique based on the sensory properties of the grain. For high quality grains, you should choose less intense roasting. It is also worth paying attention to what kind of drink this grain will be used for.

References

1. Bagginstoss, J. et al. Coffee Roasting and Aroma Formation: Application of Different Time-Temperature Conditions. <https://www.moustachecoffeeclub.com/nordic-style-coffee>
2. Roman T.O. Kovalenko V.D. Innovative technologies in hotel and restaurant business, taste formation of coffee drink by the stage of roasting of beans. <https://www.coffeemasters.com/coffee-roasting-levels/american-roast/>
3. <https://www.coffeemasters.com/coffee-roasting-levels/vienna-roast/>
4. <https://www.coffeemasters.com/coffee-roasting-levels/espresso-roast/>

16. Sweet death: how sugar affects the body

Alla Rudnytska, Svitlana Bilous

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The topic of proper and healthy nutrition is very relevant nowadays. Everyone wants to have a beautiful and well-groomed body, and also to monitor what enters our body. Of course, the main enemy in this matter is sugar..

Materials and methods. The research was carried out on the basis of scientific monographs, educational literature, encyclopedic reference materials, professional electronic resources. Comparative and empirical research methods are used in the work.

Results. Sugar is one of the most common nutritional elements present in the majority of plants and many animal products. The benefits of consuming sugar include increased energy level and improved thinking capacity. During the own experiment conducted on a weak pot plant with the using sugar solution, the revival of the plant was being observed what proves again that sugar feeds any living cell with energy. However, these and other advantages are related only to natural sugars. Meanwhile, modern supermarkets offer a wide variety of products containing added sugar, which has a detrimental effect on health. The most dangerous outcomes of high sugar intake are the increased risk of obesity and tooth caries and heightened energy use required to compensate for excessive sugar consumption. Sugar is one of the main contributors to a variety of diseases prevailing among US citizens. Such health issues as diabetes, obesity, heart disease, dental problems, and others can develop in the organism of an individual who consumes too much sugar. Healthcare practitioners should take measures and spread information on the negative effects of high sugar consumption and the ways of reducing the risks.

Conclusion. The risk of obesity and dental caries and the need to use energy intensively are the main negative causes of increased sugar intake. Each of these adverse effects can lead to severe health complications both in children and adults. Healthcare providers have to educate populations on the risks of elevated sugar consumption and look for solutions to the problem that is gaining more and more resonance at present.

References:

1. Pitts, N. B., Zero, D. T., Marsh, P. D., Ekstrand, K., Weintraub, J. A., Ramos-Gomez, F., ... Ismail, A. (2017). Dental caries. *Nature Reviews Disease Primers*, 3, 17030. Web.
2. Rosinger, A., Herrick, K., Gahche, J., & Park, S. (2017). Sugar-sweetened beverage consumption among U.S. youth, 2011–2014. *NCHS Data Brief*, 271. Web.
3. Stanhope, K. L. (2015). Sugar consumption, metabolic disease and obesity: The state of the controversy. *Critical Reviews in Clinical Laboratory Sciences*, 53(1), 52–67. Web.

17. Creative Performance Approach to Teaching Speech Activities

Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. This material attempts to investigate and sharpen the definition “communicative”, to give a clearer notion of what is to communicate with a speaker of another language. Foreign language teaching is a field of education, where cluster of changes have been suggested. It challenges reconsideration of approaches to teaching foreign languages as well. Creative Performance Approach (CPA) is an integral part of communicative language teaching.

Materials and methods. CPA represents new insights into learning as an individualized process, into basics of teaching communication through socio-cultural aspect of authentic information exchange, into teaching-learning goals and tactics of authentic communication stimulation.

Results. The basics of Creative Performance Approach are connected with the communicative nature of any speech activity, for example, reading – for new information derived from the text; listening – for new information derived through listening; speaking – for new information derived through communicative functions; problem solving – through creative performance; transparency of the activity system; springing board – communicative competence of the native speaker; double objective – pedagogical goal for teachers and Creative-performance-based goal for students.

As education of recent period focuses on professionalism, CPA gives a possibility to get-in-depth knowledge about the way it can be done. It is a creative personality formation through the tasks which involve development of creativity, thinking for productive cognition, research and discovery. CPA is one of the possibilities to integrate the process of successful learning. A new insight into learning process needs the development. Creative Performance Approach gives a possibility to integrate the content-based instruction, collaborative learning, communicative interaction techniques to involve the learner into “hear-see-speak-create-do-bear responsibility” activity. The objective is to enable students to communicate effectively with other people who use the foreign language. These aims are best satisfied in a situation where the teacher acts as a catalyst and informer, directing proceedings without heavily controlling or dominating them. CPA as a part of communicative language teaching activities helps to widen teaching methods and the applicants` experience of language as means of expressing wants, needs, ideas, moods, feelings, information etc. Creative Performance Approach makes the whole learning process a reflective awareness activity.

Conclusions. The Creative Performance Approach to teaching speech activity, which is based on the idea that any student can be creative when they are engaged in creative situations, shows students the complexity of a language by exposing them to close-to-real-life situations in a safe, flexible and dynamic environment by means of a class of learners constituted as a community of practice. It enables students to communicate effectively with other people who use foreign language.

References

1. Language Activities for a Communicative Classroom: сайт. – Режим доступу:[http:// www.cbseacademic.in](http://www.cbseacademic.in) >web_material/. – Назва з екрана.
2. Creative Teaching Strategies. <https://www.topsearch.co/bestresults/topsearch/>
3. Creative Teachers in Teaching Speaking Performance. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/>

18. The Role of Vitamin D in the System of Ayurveda and Nutrition

Olexandra Dolonina, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Vitamin D is a group of substances called calciferols. Not everyone knows that there are more than 6 forms of this vitamin. They perform the same functions, they differ only in the method of obtaining. But the most famous and accessible to the body are ergocalciferol (D2) and cholecalciferol (D3). When it comes to vitamin D, D3 (cholecalciferol) is most often referred to. After all, it is the most in the human body. Cholecalciferol is a unique substance. It acts as a vitamin - supports vital functions, and as a hormone - regulates important biochemical processes.

Materials and methods. The hormone calcitriol is synthesized from vitamin D3, which:

- stimulates the absorption of calcium and phosphorus in the small intestine;
- ensures mobilization of calcium in bones.

Vitamin D performs a number of other functions for the body:

- promotes cell growth;
- restores immunity, can fight some autoimmune processes;
- suppresses the growth of cancer cells;
- participates in genetic processes;
- supports the nervous system.

Results. Vitamin D can be obtained in three ways:

Food. These include milk, cheese, sour cream, hard cheese, tuna, cod liver oil, eggs. Today, in some countries, products are additionally fortified with vitamins. To find out which products contain vitamin D, just look at the packaging. For children of the first year of life, the most valuable source of the vitamin is mother's milk. According to the US Department of Agriculture, its content is at the level of 4.3 IU/100 kcal.

While sunbathing, vitamin synthesis begins under the influence of ultraviolet rays. It is produced in the skin, this process depends on a number of factors: the time spent in the sun, the color and type of the skin and the radiation itself. The wavelength should be 290-320 nm. Prolonged sunbathing does not cause an excess of cholecalciferol, but the vitamin breaks down into other substances, and its beneficial effect decreases.

It is impossible to get a high dose of vitamin with the sun: the skin will take as much as it needs, and the rest will break down or turn into other metabolites. Food poisoning is also difficult. Intoxication mainly occurs as a result of excessive doses of synthetic calciferol. The chemical vitamin became available in the 1930s, and the first cases of hypervitaminosis were recorded in 1928-1932

Conclusions. Vitamin D3 is an important nutrient in the diet of children and adults. It is fundamentally important for the normal development and functioning of many organs. Therefore, you should try to get the recommended daily dose of cholecalciferol. Try to use the necessary products, take supplements if you cannot get **it from the diet. If you are in doubt** as to whether your serum vitamin D levels are sufficient, get tested and consult your doctor about taking dietary supplements.

References

1. <https://www.calcemin.com.ua/uk/vitamin-d/>
2. <https://olidetrim.com/post/vitamin-d-dlya-doroslix/>
3. <https://med-expert.com.ua>

19. Vitamin A and its role in the body

Myroslava Naumenko, Liudmyla Yurchuk
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The role of vitamins in the human body is extremely important. Vitamin A was discovered in 1913 by two independent groups of scientists, becoming the first of the discovered vitamins, for which it received its letter A in the name according to the alphabetical nomenclature.

Materials and methods. Vitamin A is a group of fat-soluble compounds that includes such substances as retinoids: retinol (vitamin A1, axerophthol), dehydroretinol (vitamin A2), retinal (retinen, aldehyde of vitamin A1), retinoic acid and several provitamins - carotenoids, among which the most important is β -carotene. Substances of the vitamin A group are crystalline substances, they are insoluble in water, but dissolve well in organic solvents.

Results. Two forms of vitamin A are available in the human diet: ready vitamin A (retinol and its esterified form, retinyl ether) and carotenoids (provitamin A). Retinoids are found in animal products, and carotenoids are found in plant products.

Daily need of the body: Men: 650-950 mcg; Women: 600-800 mcg; during pregnancy: 700-900 mcg; during lactation: 800-1100 mcg.

Natural sources of vitamin A of vegetable origin are: green, yellow and orange vegetables (carrots, pumpkin, sweet pepper), spinach, broccoli, green onions, legumes, fruits and berries. Those of animal origin are: fish oil, caviar, liver (especially beef), fermented milk products.

Vitamin A protects the body from viral diseases and infections of the respiratory tract, digestive tract, and urinary tract; the use of retinol increases the barrier function of mucous membranes, increases the activity of leukocytes and other immune factors; ensures the normal operation of the visual analyzer, participates in the synthesis of visual pigment and the perception of light by the eye; retinol is necessary for the maintenance and restoration of epithelial tissues;

- vitamin A is widely used in dermatology (for the treatment of acne, rashes, dermatitis). In case of damage to skin areas (wounds, sunburns), vitamin A accelerates the healing process, as well as stimulates collagen synthesis, reduces the risk of secondary infection;

- vitamin A participates in oxidation-reduction processes, regulation of protein synthesis, promotes normal metabolism, functions of cellular and subcellular membranes, is necessary for the growth of new cells, slows down the aging process;

- vitamin A takes part in the synthesis of steroid hormones, is an antagonist of thyroxine, the hormone of the thyroid gland;

- retinol is necessary for the normal development and growth of the foetus;

Conclusions. Finally, I want to say that the daily diet, in addition to a sufficient amount of proteins, fats and carbohydrates, should contain a sufficient amount of vitamins and minerals, which will later have a positive effect on the human body as a whole. If possible, eat foods rich in vitamins.

References.

1. <https://www.bsmu.edu.ua/blog/vitamin-a-ta-jogo-znachennya-dlya-organizmu/>
2. [https:// www.istu.edu /](https://www.istu.edu/)
3. <https:// med-expert.com.ua>

20. Electron Mobility of Microbial Cells

Olena Shvedenko, Yevheniia Tsyhanok, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Electron mobility of microbial cells is an important and useful information feature. These characteristics are determined by free-flow electrophoresis. The advantage of this method is that test samples can be separated quickly and freely. Fast sampling is more possible as no additional materials are added.

Materials and methods. EFSP machine, buffer solution, sample dispenser. The FFE separates charged particles between molecular and extracellular dimensions according to their mobility at the electrophoretic or isoelectric point. The samples are continuously introduced into a thin film, which can be individual or homogeneous and is formed through a chamber by two very tightly separated glass plates.

Results. Free-flow electrophoresis is a matrix-free electrophoretic separation technique. FFE is an analogous technique to capillary electrophoresis, with a comparable resolution, that can be used for scientific questions, where semi-preparative and preparative amounts of samples are needed. It is used to quantitatively separate samples according to differences in charge or isoelectric point. Because of the versatility of the technique, a wide range of protocols for the separation of samples like rare metal ions, protein isoforms, multiprotein complexes, peptides, organelles, cells, DNA origami, blood serum and nanoparticles exist.

Perpendicular current can be applied to the flux and electrolyte trap when the liquid is flowing (continuous FFE) or the liquid flow is interrupted at this time (interval FFE). In all cases the excited electric field gives a sample of charged migrating particles to the opposite electrode based on electrophoretic mobility or isoelectric point. The sample and the electrolyte used for separation are fed into a separate chamber at one end, with the other end of the electrolyte containing the different parts of the sample in separate strips.

In physiotherapy, electrophoresis is used for therapeutic purposes. In chemistry, gases and clouds are reduced and the composition of solutions is studied, etc. In biochemistry and molecular biology, electrophoresis is used for certain macromolecules such as proteins and nuclear acids. This technique is widely used to separate mixtures of biomolecules into fractions or single substances as well as in biochemistry, molecular biology, clinical diagnostics and population biology (study of genetic diversity).

Conclusions. Electrophoresis is a method of separating molecules in a liquid state based on their ability to move in an electric field. But different genera are spoken of in different ways. In medicine, electrophoresis is used to analyse several drugs for people with serious illnesses. It is used for diseases of the respiratory system, the spine and joints. In combination with other methods, electrophoresis can be a powerful and high-quality treatment. FFE is a versatile separation technology that supports research in many proteomics applications by reducing the complexity of the protein samples before further proteomics analysis, attaining access to low-abundance proteins and enabling the separation and purification of cells, cellular organelles, and subcellular fragments.

References

1. <https://www.sciencedirect.com/topics/pharmacology-toxicology-and-pharmaceutical-science/free-flow-electrophoresis>
2. <https://www.slideshare.net/BlueRose9/electrophoresis-78994484>
3. <https://pubs.rsc.org/en/content/articlelanding/2018/lc/c7lc01105a>
4. <https://conductscience.com/introduction-to-electrophoresis/>

21. Vegetable Oils. Consumer Properties and Chemical Composition of Oils

Maria Chernata, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Among the total consumption of dietary fats, vegetable oils occupy the first place. Their share in the nutrition of the population of the developed countries of the world (Great Britain, Denmark, the USA, Canada, Italy) is increasing and currently amounts to 18-27 kg of oil per person per year. In addition to the use of oils directly in food, they are used during the heat treatment of food products, and they are also widely used in the pharmaceutical industry, in perfumery and cosmetic production. Margarine, cooking fats, and mayonnaise are also made from oil.

Materials and methods. Two methods are used to extract oil: pressing and extraction. Pressing method. The seeds are freed from the husk and films, crushed on rollers, obtaining moistened and heated pulp to 80°C, which contributes to a more complete extraction of fat. This is the so-called "hot" pressing. "Cold" pressed mint products without heating. After the oil has been pressed, the cake remains, which contains from 7 to 20% fat.

Results. Some people are put off by essential oils because they seem difficult to use or understand. While a basic knowledge is required, you don't need to have a degree in chemistry to safely and effectively use essential oils. Even with a limited knowledge, you can experience the benefits of oils through small and simple ways. After all, the reason so many people have adopted the use of essential oils today is because they provide a natural way to make everyday life easier. Everyone has his or her own reasons for using essential oils. They've become a widespread alternative solution to other health practices because they can be tailored to fit specific preferences and needs. This means that rather than settling for a generic solution, you can be in control of your own health. Because you have so many different oils to choose from, even those with specific health concerns and sensitivities can enjoy the benefits essential oils have to offer.

Internal use of essential oils can aid in digestion, soothing occasional stomach discomfort, reducing gas and indigestion, and easing the effects of motion sickness. Peppermint, thanks to the chemical constituent menthol, is recognized for its positive effect on the digestive system, helping maintain a healthy gastrointestinal tract when ingested. Ingesting Ginger is a prevalent choice for easing feelings of nausea and motion sickness. Fennel is a go-to oil to take when dealing with digestive complaints, such as feelings of bloating and sluggishness that come after a big meal.

There are patients for whom the use of oil is categorically contraindicated. If you have contraindications, your doctor will definitely tell you about it, and if you don't - he will tell you how to take it correctly to bring only benefits to the body.

Conclusions. Vegetable fats and oils are lipid materials obtained from plants. Physically, oils are liquid at room temperature, while fats are solid. Chemically, both fats and oils are composed of triglycerides, unlike waxes, which do not have glycerin in their structure.

References

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D1%96%D0%B6%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%B9%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%97>
2. <https://tea.ua/blog/article/roslinna-oliya-shcho-mi-pro-nei-ne-znali/>
3. <https://med-expert.com.ua>

22. Advantages and Disadvantages of Vegetarian Food

Kateryna Kyrylenko, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Vegetarianism is a way of eating in which a person does not eat meat, poultry, fish, seafood, eggs, or milk. Supporters of vegetarianism justify their choice with various reasons: ethical, religious, environmental, economic, aesthetic, and the intention to improve their health. In general, vegetarianism is a lifestyle, not a food restriction. And it's a lifestyle that more and more people around the world are embracing.

Materials and methods. Some people do this for ethical reasons, considering it immoral to kill our smaller brothers and eat their meat. In this situation, they care about the animals. Others are concerned about the effect of killing animals, birds and fish on the environment. This is especially evident in the state of agriculture and in the situation with fishing. On top of that, there are cases of salmonellosis and other diseases that are transmitted through eating animal products.

Results. Vegans are often fierce animal rights activists. They advocate around the world for a ban on the circus and for the abolition of bullfighting, as animals are forcibly kept at such events. In addition, meat processing plants, poultry farms, fish factories, hunters and fishermen are subject to negative attitudes of vegans.

Advantages of vegetarianism:

- A vegetarian diet helps to fight excess weight because plant-based foods contain fewer calories and fats.

- Vegetarian diets contain a large amount of vegetable fiber, which stimulates intestinal motility and promotes regular bowel movements in chronic atonic constipation.

- Vegetables and fruits remove toxins from the body, activate the body's defenses, and normalize metabolism.

- Vegetable foods contain healthy carbohydrates, which are a good source of energy for the body. That is why there are more long-livers among vegetarians.

Disadvantages of vegetarianism:

- When using only plant-based products, it is impossible to create a balanced diet: animal foods contain essential amino acids, necessary for the human body to function.

- The body's physiological need for protein cannot be fully covered by plant-based foods alone. According to doctors observations, after 5-7 years of strict vegetarianism, people's immunity significantly decreases.

- Vegetarianism cannot be called an economical way of eating.

Conclusions. So, being a vegetarian is not that easy, you have to be clear that you have to give up meat, fish, dairy products, etc. and replace them with healthy food, and consume more vitamins of various kinds. But first of all, if you still want to become a vegetarian, be sure to consult a doctor, because it may be that a vegetarian diet is contraindicated for you.

References

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B3%D0%B5%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE>
2. <https://zhyvyaktyvno.org/news/ya-nkogo-ne-m>
3. <https://www.pravda.com.ua/articles/2001/11/22/2985333/>

23. The Role of Vitamins in Human Health and in the system of Ayurveda

Mykhailo Pozniakievych, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Ayurveda therapies have varied and evolved over more than two millennia. Therapies include herbal medicines, special diets, meditation, yoga, massage, laxatives, enemas, and medical oils. Ayurvedic preparations are typically based on complex herbal compounds, minerals, and metal substances (perhaps under the influence of early Indian alchemy or rasashastra). Ancient Ayurveda texts also taught surgical techniques, including rhinoplasty, kidney stone extractions, sutures, and the extraction of foreign objects.

Materials and methods. Ayurveda is considered by many scholars to be the oldest healing science. In Sanskrit, Ayurveda means “The Science of Life.” Ayurvedic knowledge originated in India more than 5,000 years ago and is often called the “Mother of All Healing.” It stems from the ancient Vedic culture and was taught for many thousands of years in an oral tradition from accomplished masters to their disciples. Some of this knowledge was set to print a few thousand years ago, but much of it is inaccessible. The principles of many of the natural healing systems now familiar in the West have their roots in Ayurveda, including Homeopathy and Polarity Therapy.

Results. Vitamin deficiency is not just caused due to lack of vitamins in diet. Problems in absorption of vitamins is the main cause of vitamin deficiency. This is the reason, well nourished persons are also often diagnosed with deficient vitamins. This is the reason, people with metabolic disorders such as obesity, often suffer with vitamin deficiency.

Correction of digestion mechanism: so, digestion and absorption mechanism should be corrected first. Altered digestion process can be cause for vitamin deficiency. It is proven that people with Irritable bowel syndrome suffer with vitamin deficiency. Ayurveda calls digestion process as Agni. In Ayurvedic treatment for vitamin deficiency, initial emphasis is given to improve the digestion strength. Correction of digestion process with respect to liver, pancreas, stomach and intestines leads to proper Agni and good absorption of consumed vitamins.

The results of Ayurvedic treatments **clear reduction of overweight**. Purification and rejuvenation of the organism to a cellular level. Improvement of the skin condition. Wrinkles, dark circles, pimples are reduced or disappear completely. The feeling of freshness and vitality invades the body, you feel full of energy for a long time.

Conclusions. Ayurveda is a **proven, and time-tested system of medicine that brings lasting transformation in the health, and life of a person**. An Ayurveda-inspired healthy life is based on meditation, yoga, and Sattvic diet that aims at creating the right balance in the body constitution of the person.

References

1. [Ayurveda - Wikipedia](#)
2. [Importance Of Ayurveda - Essay And Speech \(importanceofstuff.com\)https://en.wikipedia.org/wiki/Scurvy](#)
3. [Results of Ayurvedic treatments | Kingdom Ayurveda Resort - Sri Lanka \(kingdom-ayurveda.com\)](#)

24. The Role of Vitamin C in the System of Ayurveda and Nutrition

Ivan Oleksiivets, Liudmyla Yurchuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Vitamins are important nutrients. It is well known that most vitamins cannot be synthesized in the body, so supplementation in the diet is essential. Vitamins are classified according to their solubility into water-soluble (complexes C and B) and fat-soluble vitamins (A, D, E, K). Vitamin C or ascorbic acid was first isolated in 1923 by the Hungarian biochemist, Nobel Prize winner Albert Szent-Györgyi.

Materials and methods. Vitamin C also known as ascorbic acid is a water-soluble vitamin and relatively simple organic acid with the chemical formula C₆H₈O₆. It is found in fresh fruits (citruses, melon, strawberry, black currant, apples, plums, peaches, etc.) and vegetables (tomatoes, potato and cabbage).

Results. Vitamin C helps heal injuries, boost the immune system, fight cancer cells and help reduce damage to the body from toxic substances and chemicals. Moreover, it is necessary for the synthesis of collagen and participates in protein metabolism. Collagen is an important component of connective tissue. In addition to biosynthetic and antioxidant functions, vitamin C plays an important role in the work of the immune system and improves the assimilation of iron found in plant-based products. Human's daily need for ascorbic acid is 70-100 mg. Lack of it can lead to scurvy. Primary signs of the disease include bleeding gums, dry skin, and loosening of teeth. In the human body, ascorbic acid is chemically fragile and any excess that is not necessary for a healthy life is eliminated in the urine. A normal newborn baby has reserves of ascorbic acid enough to prevent scurvy for about 5 months. Baby scurvy develops 3 months or more after stopping breastfeeding if ascorbic acid is not given as a food or a supplement.

Even before vitamin C was discovered in 1932, nutrition experts noted that consumption of citrus fruits could prevent scurvy, a disease that killed about two million sailors during the 1500s and 1800s. Reviews of several studies suggest that megadoses (more than 500 mg per day) of vitamin C have no effect in preventing colds but may reduce the duration and severity of colds in some groups of people.

There is an interest in the antioxidant role of vitamin C, as research has found that the vitamin neutralizes free radical molecules that, in excess, can damage cells. There have been cases where vitamin C has been used to treat autism, breast cancer, heart disease, and other illnesses, but there is no scientific evidence to support this method. The only mammals that cannot produce vitamin C in their bodies are primates, guinea pigs and bats. During evolution, we lost one of the four enzymes necessary for its production.

Conclusions. In conclusion, we can say that vitamin C or ascorbic acid is one of the most important vitamins for our body to stay strong and healthy. According to Ayurveda, immune-boosting vitamin C is an essential part of skin health both as a small molecular weight antioxidant and as a critical factor for collagen synthesis. It contributes to photoprotection and is needed for adequate wound healing.

References

- 1) https://en.wikipedia.org/wiki/Vitamin_C
- 2) <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3783921/>
- 3) <https://en.wikipedia.org/wiki/Scurvy>

25. Ukrainian cuisine: “Lazy varenyky” with almond flour

Anna Patiuta, Inna Forostiuk

National University of food technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. It is well known that wheat proteins can trigger disorders such as coeliac disease or wheat allergies. About one or 0.5 percent of the adult population is affected worldwide. In addition, non-celiac gluten sensitivity (NCGS) is becoming increasingly important in the western world, the researchers explained[1].

Materials and methods. Lazy dumplings are a dish of Ukrainian cuisine, which is made from dough in the form of rolls or triangles, from cottage cheese, flour, eggs and sugar. The classic recipe uses wheat flour, which contains gluten. Therefore, if replace wheat flour with almond flour, which does not contain gluten, allergen will be avoid.

Results. Almond flour is made with almonds without their skins on which are grounded up into a fine flour. In almond flour, the removal of the almond skin and blanching of the raw almonds create fine fluffy white flour. Almond meal is typically ground up almonds with their skins on and like cornmeal is a coarse meal. This results in a grain that’s just a bit larger and coarser. You can use almond meal to bake products with a slightly grainy texture. For lazy varenyky, it is advisable to choose almond flour, because a granular structure is not needed in the dish. Almond flour contains all the valuable components of fresh nut kernels. At the same time, it does not lose its useful properties, even after heat treatment [2].

Therefore, replacing wheat flour with almond flour will give the dish an interesting taste, and most importantly, exclude the content of such an allergen as gluten. Almond flour has fewer carbohydrates than wheat flour. This makes it a good choice for people following a ketogenic (keto) diet. The keto diet is low in carbohydrates and high in fat. The main goal of this diet is for a person to get most of their daily calories from fat. Therefore, due to almond flour, the dish is also suitable for people who follow this diet, because it contains 26.64g of fat and 15.86g of carbohydrates. If the average digestibility of proteins is 85%, fats - 94%, carbohydrates - 93%, then the actual energy value of 100 g of "Lazy varenyky with almond flour" is 337,45 kkal.

Conclusion. So, when we replace wheat flour with almond flour in the recipe, the content of proteins will increase by 9% and fats by 80%, and the content of carbohydrates will decrease by 44%, the energy value will increase by 3%. These changes make the dish healthier by decreasing the content of carbohydrates. It also increases the range of consumers of this traditional dish.

References

1. Mehmet S. Study reveals why wheat and gluten intolerance is becoming more common. *New Food Magazine*. URL:

<https://www.newfoodmagazine.com/news/115778/study-reveals-why-wheat-and-gluten-intolerance-is-becoming-more-common/> (дата звернення: 20.02.2023).

2. Almond Flour vs Almond Meal - Nutrition Facts, Carbs, Calories & Fats. *Health Jade*. URL: https://healthjade.net/is-almond-flour-healthy/#Table_4_Main_processing_techniques_and_their_effects_on_the_chemical_composition_structure_and_properties_of_almonds (дата звернення: 20.02.2023).

26. Antidepressants and their impact on human health

Maria Kurhanska, Inna Forostiuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Nowadays people undergo stress situations more often than it was before because of speed of life, information overload, etc. That is why there are more and more people who has depression, PTSD, ADHD, OCD and other mental illnesses which need treatment. Antidepressants can help those patients who suffer to feel better (or even get healthy).

Materials and methods. The most used antidepressants are Citalopram, Escitalopram, Fluoxetine, Paroxetine, Sertraline, Tranylcypromine. For example, Citalopram (C₂₀H₂₁FN₂O) has one stereocenter with 4-fluor phenyl group and N, N-dimethyl-3-aminogroup. Citalopram is sold as a racemic mixture, consisting of 50% (R)-(-) and 50% (S)-(+ citalopram[1]. Fluoxetine is Selective serotonin reuptake inhibitors that made of phenyl groups, 3 molecules of fluor (that's why it called Fluoxetine). Tranylcypromine has high inhibition effect cause of monoamine oxidase inhibition that also have small monoamine release.

Results. Most of antidepressants on the start of usage can exacerbate the effects of the problem. For example, if a patient has anxiety disorder, then it will increase anxiety. Other effects are somnolence, decreased libido, suicidal thoughts, insomnia, loss of weight, apathy, loss of emotion, fatigue, nausea and vomit. Otherwise, if medication was chosen incorrectly it may lead to an increase in dose. On the other hand, using drug treatment properly will increase mood, emergence of motivation, reduce suicide thoughts and restlessness, emotional balance, decrease the biological impact of stress on the brain. A new study suggests that using antidepressants might not improve the overall quality of life for people with depression, but make it easier. To prescribe medication doctor needs to see some specific symptoms that persist for more than two weeks. There is, also, a long-term medication that prevents from relapse depression but more than a half from those, who stop taking a medicine don't have a relapse. There is also an opposite situation where, after recovery, some patients go on relapse [2]. As well the prevalence of adults with a major depressive episode is the highest among 18-25 years old, so the therapy and pills can help to survive hard times of adulthood.

Conclusion. So, we can say that antidepressants help not only with mental health but also with physical. However, the patients with those illnesses should take them under appropriate supervision from the doctors.

References

1. S. Ulrich, R. Ricken, M. Adli. Tranylcypromine in mind (Part1): Review of pharmacology. *Semantic scholar*: веб-сайт. DOI:10.1016/j.euroneuro.2017.05.007 (Дата звернення 22.02.2023).
2. Sertraline Hydrochloride. *National Library of Medicine* : веб-сайт. URL: <https://pubchem.ncbi.nlm.nih.gov/compound/Sertraline-hydrochloride> (Дата звернення 22.03.2023).

27. Methodology for developing a HACCP system plan

Viacheslav Moroz, Larysa Yanenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. There are twelve steps required to develop a HACCP plan and these are designed to ensure that the seven principles are applied correctly. Thorough hazard analysis is the first principle of HACCP, requiring the logical and honest identification of all genuine hazards associated with the commodity through the first five tasks.

Materials and methods. The research used a descriptive method.

Results. *Step 1 - Establish a HACCP team.* In order to gain a complete understanding of the product system and to accurately identify all potential hazards and CCPs, it is extremely important that the HACCP team consists of individuals who have knowledge and understanding of HACCP systems, food manufacturing processes and HACCP principles.

Step 2 - Describe the product. To begin a hazard analysis, it is necessary to provide a thorough product description that includes the customer's specifications, as well as pertinent safety-related information.

Step 3 - Identify the product's intended use. The way the product is used is an important point. Information about whether the product will be consumed directly, prepared, or further processed will all be relevant to the hazard analysis.

Step 4 - Draw up the commodity flow diagram. The team's initial task is to create a comprehensive CFD of either the entire product system or the part that relates to the production of the product.

Step 5 - On site confirmation of flow diagram. Upon completion of the CFD, members of the team should visit the commodity system (e.g. farm, store or manufacturing area) to compare the information presented on the CFD with what actually happens in practice.

Step 6 - Identify and analyse hazard(s) - (Principle 1). A successful HACCP Plan depends heavily on the ability to effectively identify and analyze hazards.

Step 7 - Determine the critical control points (CCPs) - (Principle 2). In the HACCP analysis, every step in the commodity flow diagram within the study's scope should be assessed to determine the significance of each identified hazard.

Step 8 - Establish critical limits for each CCP - (Principle 3). Critical limits for each CCP need to be identified and verified. Temperature, time, moisture level, pH, water activity, and sensory criteria are commonly used to establish criteria.

Step 9 - Establish a monitoring procedure - (Principle 4). Monitoring ensures that critical limits are being met at each CCP. The chosen method for monitoring must be sensitive and produce rapid results to enable trained personnel to detect any loss of control.

Step 10 - Establish corrective action - (Principle 5). Corrective action should consider worst-case scenarios, hazard assessment, risk severity, and product end-use.

Step 11 - Verify the HACCP plan - (Principle 6). After creating and validating all CCPs, the entire HACCP plan must be verified. Regular verification and review of the HACCP plan are necessary once it is in routine operation.

Step 12 - Keep record - (Principle 7). Documentation is crucial to the HACCP process, serving as a means of tracking compliance with critical limits and identifying areas of concern.

Conclusions. HACCP plan development is the process of creating a comprehensive food safety plan by forming a team, describing the product, identifying hazards, determining critical control points, setting critical limits, establishing monitoring procedures, corrective measures, and record-keeping designed to prevent or eliminate potential hazards and ensure the plan's ongoing effectiveness.

28. Determination of Fat-soluble Vitamins in Food and Pharmaceutical Supplements Using Packed-fiber Solid Phase Extraction (SPE)

Eva Sokol, Larysa Yanenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Fat-soluble vitamins have an important role in several functions of the human body. The widespread use of this kind of food and pharmaceutical supplements demands simple, fast and reliable method for determination of active compounds in commercial forms.

Material and methods. Stock solutions of fat-soluble vitamins were prepared by dissolving appropriate quantity of the standards in methanol. The working solutions for calibration were prepared provisionally by diluting suitable volumes of stock solutions of fat-soluble into 0.5 mol/L sulfate sodium salt.

Results. The objective of this study was to develop a simple, rapid and highly efficient procedure for the simultaneous assay of fat-soluble vitamins in food and pharmaceutical supplements using one step extraction without saponification, which is suitable for application to fortified products containing encapsulated fat-soluble vitamins. The PFSPE strategy comprises the isolation and concentration of the analytes from complex matrices by adsorption onto an appropriate sorbent, the removal of interfering impurities simultaneously and then the selective recovery of the retained analytes with solvent system of suitable elution strength. This process is necessary to be performed by selection of sorbent and solvent systems. Three kinds of nanofibers including PS-COOH, PS and PAN were tested in order to find which nanofiber has the best retention to fat-soluble vitamins. So, PS-COOH nanofiber showed better extraction efficiency than others. It is suspected that these carboxyl groups improve nanofibers wettability with more affinity for target compounds.

Extraction efficiency from samples was influenced by two aspects mostly. It was estimated that loading 2.0 mg of nanofibers on the PFSPE could retain sub-milligram of the analytes completely. In addition, it was investigated that dissolving agents containing salt like sodium sulfate played an important role on the complete retention of fat-soluble vitamins onto sorbent. It is a common practice to add salt to the aqueous samples in order to decrease the solubility of organic compounds in the water phase, and to increase the partition coefficients of the targets. It was found that sodium sulfate was the suitable salt for the present.

In order to evaluate the applicability of the proposed method, multivitamin products were analyzed and results were compared with those reported by manufacturer. There is a good agreement between the results obtained by the proposed method and reported values. Packed-fiber solid phase extraction proved to be an effective tool for performing adequate separation of the four fat-soluble vitamins from complex matrices with satisfied recoveries ranging from 91.7 to 104.5%.

Conclusions. This work offers a new effective method for the separation and concentration of four fat-soluble vitamins (A, D3, E, and K1) in sample pretreatment. The simplicity of the procedure should make it highly desirable for quality control of multi-vitamin products in the pharmaceutical and health food industries.

29. "Sous Vide" technologies in the bar

Vynnyk Iryna

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The appearance of molecular gastronomy in domestic restaurants is a very important stage in the development of this industry, because it is a modern style of preparing food and drinks, innovative and refined forms of presentation, which is of interest to both scientists and food industry specialists.

Materials and methods. During the research a number of scientific publications on the scientific issues, materials of periodicals, Internet resources were studied and analyzed.

Results. The object of study was the expediency of using and prospects for the introduction of "Sous Vide" technology in restaurants. Sous vide is a method of cooking in which food is placed in a plastic pouch or a glass jar and cooked in a water bath for longer than usual cooking times. Sous vide, also known as low-temperature, long-time cooking, means that dish is usually cooked one to seven hours, and up to 72 or more hours in some cases at a precisely regulated temperature.

"Sous Vide" technology, which is relevant in the kitchen of a modern restaurant, has also found application behind the bar. This method of cooking in a hermetic bag at a low temperature allows you to bring the product to a precisely specified degree of readiness and preserve its freshness and taste.

The analysis was carried out and the feasibility of using "Sous Vide" technology in the bar was established. This technology is used mainly for extracting aromas and preparing tinctures. This method allows you to achieve a very clean and fresh aroma. Oleo Saccharum (oily sugar) syrup in the "Sous Vide" cooking method is popular. This syrup is used in punch recipes. It can be prepared by mixing unfiltered lemon juice and zest with sugar. The mixture is packed in a hermetic vacuum bag and placed in a bath heated by a "Sous Vide" thermostat to a temperature of 60 °C. The syrup preparation time is two hours. Using a similar technology, you can prepare syrups from other fruits. Another front of this technology in bar production is the preparation of tinctures. Sous Vide has several advantages here. Firstly, there is a thermostat in the bath, the water constantly circulates evenly, so the components of the tincture, packed in a vacuum bag, will be slowly and carefully mixed during the entire cooking process. In addition, the hermetic packaging prevents the components of the tincture from evaporating. But the most important advantage of "Sous Vide" in cooking is speed. Usually, the tincture production process takes from a few days to weeks and even months. According to this technology, the tincture can be prepared in a few hours.

When developing new cocktails and drinks, it is important for the bartender to ensure the stability of the taste. Sous Vide technology is indispensable for this. Mixtures, tinctures and syrups prepared using this technology will differ slightly in taste.

Conclusions. Summarizing the conducted research, the advantages of using "Sous Vide" technology in the bar have been established: improvement of organoleptic indicators and reduction of the duration of preparation of drinks. The introduction of "Sous Vide" technology will ensure a high level of organization of the technological process.

References:

1. Roka J. Kitchen "Sous-Vide" / J. Roka, S. Brug. - Barcelona: MontagudEditores, 2005. - 192 p.
2. Keller T. Underpressure: Cooking "SousVide" / T. Keller, 2008. – 295 p

30. Catering Service

Iryna Vynnyk, Larysa Yanenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Whether your business needs food brought to your location, or you are thinking of starting such a service yourself, then you might consider looking into catering. Falling under this category is any service that can cook, deliver and serve meals.

Materials and methods. During the research a number of scientific publications on the scientific issues, materials of periodicals, Internet resources were studied and analyzed.

Results. Catering industry jobs vary from small intimate affairs to large events that involve providing not only food and beverage service but also tableware, linens, service personnel and other aspects of the event. Companies that provide catering services might be as large as a business with several locations or as small as an individual who provides catering services on his or her own. A caterer might be part of a restaurant or have his or her own business.

Independent caterers often make a name for themselves by creating unique and delicious menus and by providing outstanding service.

Caterers can adapt to their client's needs in many ways. For example they may adjust menus for dietary considerations. Many factors go into operating a catering business, including customer service, sales and venue setup.

Catering refers to a service that delivers food to a client's location, and may also cook and serve it on site. Options range from full-service caterers that cook, deliver and serve mobile or industrial caterers. A caterer provides hot or cold food to clients at a remote location. The food offer could be anything from hot meals prepared on-site to buffet food served. Catering companies send servers, chefs and other staff to events. Caterers tend to be very flexible in terms of service.

A caterer may have its own chefs to prepare the food or have the food delivered to the customer by a contractor. For dinner events, the service usually sends waiters to prepare the tables and serve the dishes. For buffets, the caterer may dispatch workers to set out plates, bowls, and plates filled with food, refill them, and serve the food to attendees. And for banquets, the manager usually manages the waiters and support staff. Before the event, the sales representative helps the customer select food, venue and decorations within their price range and sets up the payment method. And the client considers proposals for the event. Catering services usually require a deposit before the event.

Mobile food trucks must be licensed and serve a variety of lunches and snacks to consumers during daylight hours, while food carts serve the general public in high-traffic areas or are located outside of concerts and other events.

So, the most common type of food service caters to schools, prisons, and cafeterias for workers and other everyday places. Catering establishments sell snacks, drinks and prepare simple meals. They employ food service workers to oversee and maintain inventory and equipment and serve food on the customer's premises, usually on a regular schedule.

Conclusions. Catering as an independent type of business service appeared on the market of restaurant services of Ukraine not so long ago, but every year it is rapidly developing and improving.

References:

1. Catering Services: A Complete Guide; Editor, Robert Curtis; Publisher, Larsen & Keller, 2018, 229 p.

31. Extraction in the food industry

Kateryna Shevtsova, Kateryna Rudnytska
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Extract is a concentrated extract from medicinal plant raw materials or animal raw materials, which is mobile viscous liquid or dry mass. In medicine, the term "extract" means a dosage form prepared by extraction. In the food industry, extracts provide an opportunity to provide the desired smell to products without spending a lot of resources on it.

Materials and methods Extraction can be liquid – the process of transition of one or several dissolved substances from one liquid phase to another, practically insoluble or slightly soluble in 1 phase, but which dissolves these substances. The process takes place when two liquids are in direct contact phases. Extraction from solid substances with a liquid (solvent) is called extraction. If water is used as a solvent, then this is called extraction leaching. Usually, extraction is combined with rectification to regenerate the extracting liquid. It can also be regenerated by evaporation. The density of the solvent and the mixture of substances to be separated must be different. An extract is a solution of extracted substances in an extractant, and a solution from which removed extractive components – raffinate.

Results. The following stages can be distinguished in the extraction process:

- 1) penetration of the extractant into the pores of the solid material or into the original solution;
- 2) dissolution of the target component;
- 3) transfer of the extracted substance from the depth of the solid part to the surface phase distribution (molecular diffusion);
- 4) transfer of matter from the surface of the phase distribution into the volume of the extractant (convective diffusion). A simple extraction process requires maximizing the interface between the two phases, which often requires more intensive mixing of the sample. In the modern laboratory, manual shake flasks should be replaced by smaller vessels that can be used with an orbital shaker or other automation systems. It is also necessary to optimize the intensity of mixing of the sample, for the maximum extraction of the analyte in the minimum time. The extraction time should also be optimized. It will depend on the mixing mode, the affinity (distribution coefficient) of the extraction solution for the analyzed substance, and the ratio of the sample to the extraction solvent.

Conclusions. So we can see that the extraction of substances achieves the following goals: selective extraction of substances from the original solution and separation of substances contained in the original solution and obtaining them in their pure form.

References

1. Екстракція. Загальні відомості. URL: <https://kc.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/11/2021/02/Processes-and-apparatus-of-chemical-productionLecture11.pdf>
2. Екстракція. Фармацевтична енциклопедія URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/2323/ekstrakciya>
3. Екстракція URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/564620/mod_resource/content/5/Лекція%20Екстракція%202021-2022.pdf
4. Екстрагування URL: <https://studfile.net/preview/5607066/page:4/>

32. «Dunkle Küche» als modernes Format einer Einrichtung auf dem Markt der Gastronomie

Hanna Boiko, Svitlana Vozniuk, Anatoly Kravchenko

Nationale Universität für Lebensmitteltechnologien, Kyiw

Einleitung. "Dunkle Küche" ist ein neues Format von Restaurantbetrieben, das vor kurzem auf dem Markt der Wirtschaft erschienen ist und bereits immer mehr Popularität bei Verbrauchern und Unternehmern gewinnt. Dieses Geschäftsmodell ermöglicht es Ihnen, sich auf die Arbeit mit dem Produkt, seine Qualität und die Entwicklung neuer Rezepturen zu konzentrieren, was sich positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Marke auf dem Markt auswirken kann.

Hauptteil. Das Format der Restaurantversammlung - "Dunkle Küche" - ist ein Restaurant ohne Sitzplätze, nur zum Mitnehmen, es kann auch einen Bereich zum Bestellen geben. „Dunkle Küche“ ist ein relativ kleiner Raum, in der Regel werden 90 % des Platzes zum Kochen genutzt. Das Küchenteam kreiert erlesene Speisen ausschließlich zum Mitnehmen. Das Wichtigste ist die Erreichbarkeit des Kunden im Umkreis von 1,5-2,5 km. Immerhin diese Entfernung für eine schnelle Lieferung innerhalb von 20-40 Minuten. Verbraucher können Produkte nur über die entsprechende Online-Plattform bestellen. Es ist wichtig, dass die Registrierung von Bestellungen auf der Website 24 Stunden am Tag akzeptiert werden muss.

Im Vergleich zu Offline-Restaurants haben Dunkle Küchen folgende Vorteile:

1) *Kostensenkung*: Dunkle Küche kann die Kosten für Miete, Personal, Inneneinrichtung und Möbel senken. Auch der Wegfall von Servicepersonal reduziert die Kosten für Löhne und Sozialleistungen; 2) *Mehr Effizienz*: Mit Dunkler Küche kann man mehr Mahlzeiten für weniger Geld und in kürzerer Zeit zubereiten. Küchengeräte und Personal können ohne Servicepersonal effizienter eingesetzt werden; 3) *Größere Reichweite*: Dunkle Küche ermöglicht die Lieferung von Lebensmitteln an mehr Orte und erweitert den Dienstleistungsmarkt, da Lebensmittel direkt von der Küche an Kunden geliefert werden können, ohne dass Servicepersonal und ein Ort zum Essen benötigt werden; 4) *Standortvorteil*: Unabhängig von der Verfügbarkeit und Größe des Raums kann Dunkle Küche überall platziert werden.

Aber es gibt auch Nachteile: 1) *Fehlende individuelle Herangehensweise*: Wenn man sich nicht mit Mitarbeitern trifft oder in Restaurants speisen kann, kann dies zu einem Gefühl der Distanz zur Marke und mangelnder Interaktion mit den Mitarbeitern führen; 2) *Höhere Lieferkosten*: Da die Lieferung die einzige Möglichkeit ist, Lebensmittel zu erhalten, kann es relativ teurer werden, insbesondere wenn der Lieferort abgelegen oder weit entfernt ist.

Schlussfolgerung. Im Allgemeinen kann die Dunkle Küche ein wichtiges Element in der Entwicklung der gastronomischen Industrie werden, insbesondere unter den Bedingungen der wachsenden Popularität von Essenslieferdiensten. Um ein Unternehmen in diesem Format erfolgreich zu führen, müssen Unternehmer sorgfältig über das Konzept, den Produktionsprozess und die Lieferung des Produkts nachdenken und sich darauf konzentrieren, qualitativ hochwertige und schmackhafte Lebensmittel für ihre Kunden zu kreieren.

Literaturverzeichnis

1. <https://hmarochos.kiev.ua/2021/12/16/kotletka-z-pyureshkoyu-i-borshh-kyany-zamovlyayut-z-kuhon-rocket-ta-glovo-u-spalnyh-rajonah-zrozumilu-yizhu-a-yak-yiyi-tam-gotyut/>
2. <https://jv-kontakt.com/ua/articles/restoran-dark-kitchen-cho-eto-takoe/>

33. Tourismus in der Ukraine vor dem Hintergrund des Krieges

Yuliia Zhurba, Olga Nezhyva

Nationale Universität für Lebensmitteltechnologien, Kyiw, Ukraine

Einleitung. Die am stärksten vom Krieg in der Ukraine betroffene Branche ist der Tourismus. Das Land arbeitet intensiv an einem touristischen Neustart. Dann sollen auch die Kriegsschauplätze eine Rolle spielen.

Materialien und Methoden. Analyse der Tourismusindustrie auf dem Territorium der Ukraine vor dem Hintergrund militärischer Ereignisse. Interview mit der Leiterin der Staatlichen Agentur für Tourismusentwicklung der Ukraine (SATD) Mariana Oleskiv, Visit Ukraine Today, RedaktionsNetzwerk Deutschland.

Ergebnisse. Russlands Invasion ist weiterhin eine zerstörerische Kraft auf den ukrainischen Tourismussektor. Das Land findet jedoch unermüdlich Wege um es herum zu wachsen und Gebiete zu unterstützen, die weit vom Konflikt entfernt sind. Es wird an diesen Stellen liegen, den Sektor zu unterstützen, bis die Ukraine ihre Gebiete zurückerhält.

Erst vor wenigen Wochen hatte die ukrainische Initiative „Visit Ukraine Today“ Aufmerksamkeit erregt: Dort werden wieder touristische Touren durch Kiew und andere Städte angeboten. Vor allem die Tour „Mutige Städte“ sorgte für Kritik, handelt es sich dabei um ein Sightseeing-Angebot an die Schauplätze des Krieges, nach Butscha und Irpin, wo mutmaßlich Hunderte Zivilistinnen und Zivilisten vom russischen Militär gefoltert und ermordet wurden. Gebucht werden die Touren vor allem von Einheimischen, aber auch aus dem Ausland, unter anderem aus den USA, gab es Buchungen [1].

Zumindest laut der ukrainischen Tourismusorganisation Visit Ukraine. Er übernahm den Tourismus in dem osteuropäischen Land. Am beliebtesten sind derzeit Führungen durch Kiew, aber auch andere werden angeboten, etwa der Besuch der „mutigen Städte“ der Ukraine – Städte, die im Krieg zerstört wurden, deren Einwohner sich aber widersetzen. Städte wie Butscha oder Irpin.

In Kiew finden täglich Sightseeing-Touren statt, Bars und Restaurants sind geöffnet, aber derzeit gibt es keine Fahrten nach Irpin und Bucha. Einige Bürger glauben, dass die Welt so viel wie möglich von dem sehen und hören sollte, was in der Ukraine passiert, und einige sind gegen Einmischung von außen. Aber wenn Journalisten und Fotografen kommen, nehmen die Bürger solche Besuche positiv wahr. Sie werden diese Gelegenheit nutzen, um die Tragödie ihres Landes durch Gäste aus aller Welt zu erzählen.

Während der internationale Reiseverkehr geschlossen bleibt, verzeichnet die Ukraine eine allmähliche Erholung des Inlandsreiseverkehrs, insbesondere in der westlichen Region. Inlandsreisen liegen bei 50 Prozent des Niveaus vor der Pandemie, Mariana Oleskiv, Vorsitzende der Staatlichen Agentur für Tourismusentwicklung der Ukraine, sagte [2].

Fazit. Reisende, die die Ukraine und die angeschlagene Tourismusbranche weiterhin unterstützen möchten, können jetzt Unterkünfte und Touren buchen. Dieses Geld wurde sowohl für wohltätige Zwecke als auch für die ukrainische Hotellerie gespendet.

Literaturverzeichnis

1. Miriam Keilbach(2022-09-10), Wie eine Reiseagentur den Tourismus in der Ukraine hochfahren will, *RedaktionsNetzwerk Deutschland* [<https://www.rnd.de/reise/urlaub-in-der-ukraine-reiseagentur-will-tourismus-hochfahren-VYGWRFTKXREYHHIGJ7Q2A7J33Y.html>]

2. David Habtemariam (2022-03-09), Ukraine's Tourism Chief Reflects on Resilience After a Year of War, Skift [<https://skift.com/2023/03/09/ukraines-tourism-chief-reflects-on-resilience-after-a-year-of-war/>]

34. Les hébergements insolites en France

Maxym Hruzevych, Svitlana Musiichuk

L'Université Nationale des technologies alimentaires, Kyiv, Ukraine

Introduction. L'écotourisme se généralise dans le monde moderne. De plus, le taux décroissance de la popularité de l'écotourisme est directement proportionnel au taux de diminution du nombre de paysages culturels, naturels et traditionnels inchangés.

Matériel et méthodes. L'hébergement insolite s'exprime sous des formes très variées. Il y aurait environ 1 000 exploitants en France qui ont un ou plusieurs hébergements insolites sur leur terrain. L'étude a utilisé des méthodes telles que l'étude de la littérature, l'analyse, la généralisation, la systématisation, l'observation.

Résultats. Les hébergements les plus fréquents sont les cabanes au sol et perchées, devant les yourtes et les tentes, mais il y a d'autres types : maison flottante, roulottes, bulles, kotas, tiny houses... Le chiffre augmente si l'on intègre les péniches, les toues cabanés, les logements troglodytiques, les phares ou d'autres offres que l'on peut légitimement classer par leur nature dans la catégorie insolite.

La diversité des prix. Les prix dépendent du type de structure, de la capacité, des équipements et des services fournis. Ils varient de 60 € par nuit pour les hébergements les plus simples, de petites cabanes, des tentes ou des yourtes avec peu de prestations additionnelles, à plus de 300 € par nuit pour les structures les plus sophistiquées, de grandes cabanes perchées dans les arbres avec bains à remous par exemple.

Les hébergements insolites sont de plus en plus recherchés par les français. Mais qu'est-ce donc ? Il s'agit d'une nouvelle tendance pour échapper au quotidien ou à la routine du travail en s'offrant une escapade dans un cadre original, inattendu, romantique, ressourçant... Ils s'expriment sous des formes très variées.

Tour génoise de Micalona. En Corse, d'où s'ouvre un paysage incroyable et qui est composée d'une terrasse, une piscine et un jacuzzi; la tour est entièrement équipée pour vous faire vivre de vacances splendides.

Cocon Villa (Porto-Vecchio). Un cocon suspendu dans la vide face à la Falaise.

Tentes Ecolodge de Cala (Fica). La possibilité de dormir dans un tipi et pouvoir se réveiller les pieds à la plage avec une vue unique sur les îles Sanguinaires, ça fait rêver.

Une yourte. La yourte permet d'être au plus près de la nature. Il s'agit d'une tente circulaire construite en feutre ou en peau. Il en existe de différentes tailles avec une capacité d'hébergement de 2 à 6, voire plus de personnes.

La Grotte des Naufragés. Vous avez toujours rêvé de jouer à Robinson Crusoe ou vous sentir comme Chuck Noland avec Wilson ? La grotte tout confort les pieds dans l'eau.

Bulles transparentes. Un hébergement vraiment atypique. Vous dormirez à la belle étoile en contemplant la voie lactée depuis votre lit, le jour vous pourrez observer les animaux sauvages qui vivent dans les bois ou la forêt environnants. Au plus près des étoiles, il existe également des bulles accessibles en hiver à la montagne, chauffées par une cheminée électrique. Quelle que soit la saison, un séjour dans une bulle est toujours une expérience inoubliable.

Les habitations troglodytiques. Cette architecture a une fonction d'habitat temporaire ou permanent mais revêt traditionnellement d'autres usages domestiques ou agricoles.

Conclusion. Plusieurs actions significatives sont conduites pour améliorer la promotion de l'offre de nouveaux types d'hébergement ce qui contribuera au développement du domaine touristique.

35. Politique du personnel dans le domaine de l'hôtellerie en Bulgarie

Anna Hrytsyna, Svitlana Musiichuk

L'Université Nationale des technologies alimentaires, Kyiv, Ukraine

Introduction. Dans le monde d'aujourd'hui, un hôtel de toute catégorie ne peut devenir compétitif et réussir que s'il offre un service de qualité et professionnel. Cela n'est possible que grâce au personnel qui connaît son métier et sait organiser le travail au profit de l'entreprise hôtelière.

Matériel et méthodes. Le matériel de l'étude était un stage à l'hôtel quatre étoiles "Rila" en Bulgarie. De plus, la méthode d'analyse de système et la méthode de connaissance scientifique sont appliqués es pour traiter et généraliser l'information.

Résultats. Le processus de sélection du personnel de l'hôtel est trop responsable et comporte de nombreuses nuances. Aujourd'hui encore, les problèmes de recherche de personnel qualifié sont toujours actuels. Dans l'industrie hôtelière, il existe des exigences qui stipulent que chaque employé de l'hôtel doit suivre une formation professionnelle, selon le poste, connaître des langues étrangères, avoir un comportement approprié et prendre soin de son apparence. En observant la politique RH de l'hôtel Rila, il a été conclu que malheureusement, la plupart des employés de l'hôtel parlent des langues étrangères à un niveau insuffisant. Cependant, pour une entreprise hôtelière de la catégorie "4 étoiles", il existe une condition incontestable de connaissance de deux ou plusieurs langues de communication internationale. Compte tenu de ces faits, on peut comprendre que la politique du personnel de la Bulgarie dans le domaine de l'hôtellerie est très faible.

En général, la Bulgarie est réputée pour ses stations balnéaires, où les clients peuvent se détendre au bord de la mer chaude, et ses stations de ski offrant la possibilité de pratiquer divers types de sports d'hiver. Après avoir évalué le fait que la plupart des hôtels sont saisonniers, par exemple "Rila", le personnel se retrouve sans emploi à la fin. Pour changer cette situation et améliorer le professionnalisme des employés, le temps où les salles sont presque vides peut être réutilisé avec profit. L'une des méthodes les plus efficaces est la formation variée au cours de laquelle une personne reçoit de nouvelles connaissances et met immédiatement en pratique les connaissances acquises sur de tâches pratiques. L'hôtellerie repose sur une politique active du personnel, qui se caractérise par l'implication constante de nouveaux employés, ce qui nécessite des coûts et un temps de préparation important avant de commencer à travailler. Pour éviter ces problèmes, la plupart des hôtels utilisent divers outils de recrutement. Par exemple, l'hôtel "Rila" entretient des contacts avec divers établissements d'enseignement ukrainiens, principalement dans le but de créer une image attrayante pour les nouveaux employés potentiels. La poursuite du développement de l'activité hôtelière en Bulgarie nécessite de nouvelles approches et exigences en matière de personnel hôtelier. Le fonctionnement de l'hôtel dépend directement de l'investissement en ressources humaines et du niveau de qualification.

Conclusion. D'après les résultats du stage et les observations, la politique du personnel en Bulgarie doit être améliorée. Par conséquent, l'administration et la direction doivent accorder plus d'attention à la compétence du personnel et lui offrir des opportunités d'améliorer leurs compétences professionnelles, car le succès et la qualité de la prestation de services dans l'entreprise hôtelière en dépendent.

36. Automation of resource planning for food industry enterprises

Pavel Yuschuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Research on automation of resource planning for food industry enterprises is aimed at achieving their economical efficient performance.

Materials and methods. the ERP system integrated into the general system served as a material for research.

Results. Growing companies eventually reach a point when conventional spreadsheets can no longer handle the volume of business data processing. Then special systems come to the rescue. Particularly, ERP systems cover a wide range of business processes, including finance, logistics, transportation management, human resources, sales, and distribution.

Managing a food enterprise is represented as a pyramid, where each level influences different factors of enterprise management, depends on others, and together represents a complete complex of managing the entire enterprise.

The Device level includes all the production equipment (sensors, actuators, programmable logic controllers, etc.). This level specializes in the physical execution of certain technological processes in the food production industry. The next level is the SCADA level, which is responsible for the control of the technological process and monitoring its execution. Various human-machine interfaces and their modifications belong to this level. The third level is the MOM level, or Manufacturing Operation Management. At this level, production planning management is carried out, specifically planning the maintenance of the enterprise's mechanical equipment, planning the production of food products and their volume, inventory of raw materials in stock, etc. The final level of enterprise management automation is the Enterprise level. This level is related to business planning, order acceptance and processing, supply and logistics planning, analysis of enterprise productivity and profitability, analysis of performance and costs of food production.

Currently, there are very few automated resource management systems implemented in the Ukrainian food industry enterprises. The majority of them only automate the first two levels and rarely employ the MOM level. Resource management is usually carried out in the form of paper documentation, phone calls, or, at best, with the use of some software, but without integrating into a single enterprise management system.

Conclusions. To achieve the goal of stable resource management in food industry enterprises, it is necessary to integrate and implement the ERP system into the general enterprise management system. This can provide an automated algorithm for planning and actions of the enterprise and eliminate most non-standard situations.

References

1. Vieille J.(2007). Manufacturing Information Systems: ISA88/95-Based Functional Definition, 3-17.
2. Glenn N., Braun D. Lean MIS can't miss (2006). Manufacturing information systems, InTech. №11.

24.2.

English for Business and International Communication

Chairperson – assoc. prof. Halyna Cherednichenko

Secretary – Nataliia Duzhyk

24.2.

Ділова англійська мова і міжнародна комунікація

Голова – доцент Галина Чередніченко

Секретар – Наталія Дужик

1. An analysis of national environmental monitoring systems in response to current radiological and chemical threats by the Russian Federation

Mykola Karpenko, Serhii Chumachenko, Andrii Moshenskyi, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. On February 24, 2022 a full-scale invasion of Russian Federation began. The aggressor country has made a series of statements and actions that can be classified as nuclear blackmail or terrorism. Taking into account such statements of the aggressor country, there is a need to check the radiation and chemical environment monitoring systems.

Materials and methods. Such methods as analysis, elementary theoretical synthesis, grouping, and system analysis were used in our work. In the research we determined organizational structures, which are responsible for environmental monitoring in Ukraine, their functions, and availability of information systems for environmental monitoring.

Results. There is a *State Environmental Monitoring System*, as well as automatic systems for early detection of emergency situations for the civil sector. Radiation, chemical and biological intelligence services serve the needs of the military.

The state environmental monitoring system is a system that collects, processes, transmits data on the state of the environment, as well as analyzes them and develops recommendations for actions in certain cases to preserve environmental safety. The monitoring system is an integral part of the national information infrastructure compatible with similar systems in other countries.

Environmental monitoring is carried out by the Ministry of Agriculture, the Ministry of the Environment, the State Agency of Ukraine for the Management of the Exclusion Zone (except for state water monitoring), the State Geological Survey, the Ministry of Regions, the State Space Agency, as well as the State Emergency Service, the State Forestry Agency, the State Water Agency, the State Geocadastre and their territorial bodies, enterprises, institutions and organizations that belong to the sphere of their management, regional, Kyiv and Sevastopol city state administrations.

The State Service for Emergency Situations is the most well known structure, which has numerous units under its control. There are no GIS systems available for civilians to access. However, there is a the State Emergency Service project for an alert system. This system is able to send messages about an emergency, even in the case of poor communication.

In addition to governmental units, some ad-hoc organizations have formed, which report to the State Emergency Service. The most well known organization is 'SaveDnipro,' which created SaveEcoBot. This bot works with Facebook Messenger, Skype, Viber, and Telegram. It also has its own Internet resource, where anyone can see the ecological state of settlements on an interactive map. Since October 2019, the SaveEcoBot system collects data from 495 air quality monitoring stations. In addition to air quality, it cooperates with other established platforms and provides data on radiological conditions.

Conclusions. In the course of this work, it was found that the civil sector of environmental monitoring does not have a sufficient level of automation. There are few information systems that allow the user to see the state of pollution in Ukraine on a GIS map.

2. Improving brewery production by applying IEC 62264

Maksym Parovenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Implementing IEC 62264 in brewery production enhances integration and coordination between control and business systems, optimizing resource use, reducing waste, and improving product quality.

Materials and methods. The standard IEC 62264 «Enterprise-control system integration» was studied, and the expediency of its application to brewing production was analyzed. The work used theoretical research methods, including analysis and abstraction.

Results. IEC 62264 is an international standard for the integration of enterprise and control systems. It facilitates the exchange of information between different levels of a manufacturing organization, thus promoting efficiency and reducing information silos. Implementing IEC 62264 in brewery production can significantly improve the overall efficiency, quality, and traceability of the brewing process.

Here are some ways in which IEC 62264 can be applied to improve brewery production:

1. Equipment classification and hierarchy: IEC 62264 provides a framework for classifying brewery equipment into a hierarchical structure, based on the levels of an enterprise defined by the standard.

Figure 1. Functional hierarchy

Level 0	Process sensors and actuators
Level 1	Basic control systems and devices
Level 2	Supervisory control and data acquisition (SCADA) systems
Level 3	Manufacturing operations management (MOM) systems
Level 4	Enterprise resource planning (ERP) systems

2. Data exchange and communication: By adhering to the IEC 62264 standard, seamless communication can be established between different equipment and systems. This enables efficient data exchange and improves decision-making at various stages of the brewing process.

3. Production planning and scheduling: Implementing IEC 62264 can lead to more effective production planning and scheduling by integrating data from the brewery's ERP systems (Level 4) with its manufacturing operations management systems (Level 3). This ensures optimal resource utilization, reduced waste, and improved overall production efficiency.

4. Quality management: The standard also enables better quality management by facilitating the integration of data from the brewery's quality control systems with other enterprise systems. This allows for real-time monitoring of key quality parameters, faster identification of deviations, and quicker implementation of corrective actions.

5. Traceability and reporting: IEC 62264 allows for improved traceability and reporting by integrating data from various systems across the brewing process. This enables the generation of comprehensive and accurate reports for internal analysis, compliance, and regulatory requirements.

Conclusions. By implementing IEC 62264, brewery production can achieve better visibility, efficiency, and control over production processes and maintenance, ultimately leading to improved product quality and reduced costs.

Scientific advisor: Hahyna Cherednichenko

3. Just-in-time at food industry enterprises

Diana Shpachenko, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Just-in-time (JIT) inventory management method means to organize the processes of logistics, production, sales, and management in such a way that these processes are carried out in a timely manner and the time for their implementation is minimal.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis of the study is a system of general scientific and special methods, including methods of analysis and synthesis. A systematic approach to the structuring of theoretical material and a hierarchical structure of its presentation is used.

Results. There is a widespread opinion that Just-in-time method is a general philosophy, an idea or a project, in which the time factor is essential for its implementation.

In our opinion, the goal of this method is to save both time and money. Organizational and managerial decisions are considered from the perspective of minimizing the amount of current expenses, in particular, taking into account the level of working capital and the speed of its turnover. Optimization of the time for processing customer orders is particularly important, taking into account the economic interests of the company. It should not be forgotten that cost (time) savings in one department (e.g., supply) may lead to increase in costs in another area (e.g., production). If cost savings in some processes are not balanced with cost overruns, this leads to increase in the total cost of the product's manufacture. Thus, the issue of saving money (time) should be approached systematically.

There is another point of view that the Just-in-time method is an interconnected approach to time, quantity, assortment, and place. This comes from the point that formation of the product offer (manufacturing, delivery) is to meet three following requirements:

- 1) right time, i.e. not later and not earlier
- 2) right quantity, i.e. not too much and not too little
- 3) right place according to the technological process or the place agreed with the consumer.

The above conditions must also be met by the technical, production, and economic information required in the course of enterprise management.

The most essential feature of Just-in-time method is the "no residual" organization of the production process. The use of Just-in-time method makes it possible to avoid warehouse operations and storage facilities, as batches of raw materials, semi-finished products, and components are delivered strictly in accordance with the hourly schedule. The need for technological stocks is eliminated, because everything can be produced at any time (whenever there is a need). This, of course, requires having backup production facilities, machinery and equipment that can be quickly switched to other products. There is no need to store finished products and, accordingly, to have warehouse space, because the volume of marketable products is clearly synchronized (in terms of time and quantity) with customer orders.

Conclusions. The implementation of Just-in-time inventory management method will help to reduce order implementation time, capital expenditures for maintaining warehouse space for inventory, the risk of obsolescence of inventory, the amount of documentation, as well as losses from defects and the cost of sending products to the workshop for processing.

References

1. Cheng, T.C.E and Podolsky, S. (1993) *Just-in-Time Manufacturing: An introduction*. Chapman and Hall.

4. Food safety regulations in the food industry: major world standards

Liliana Volbyn

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Food safety standards are a set of guidelines and regulations that define the minimum requirements for the safety and quality of food products. These standards are developed and enforced by government agencies and organizations around the world, including the Food and Drug Administration (FDA) in the United States, the European Food Safety Authority (EFSA) in Europe, and the World Health Organization (WHO) globally.

Materials and methods. The descriptive method, comparative analysis and generalization were used to discuss safety regulation worldwide.

Results. Food safety standards cover a range of topics, including the proper handling, preparation, and storage of food products, as well as testing for contaminants such as bacteria, viruses, and harmful chemicals. They also address issues of labelling requirements, allergen management, and food recalls.

There are several food safety standards that are commonly used around the world. Some of the most widely recognized and respected food safety standards include:

- Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) - HACCP is a systematic approach to identifying and preventing hazards in food production and processing. It is widely used by food companies and regulatory agencies around the world.

- Global Food Safety Initiative (GFSI) - GFSI is a collaboration between some of the world's leading food safety experts and industry representatives to develop and maintain food safety standards that are recognized around the world.

- Safe Quality Food (SQF) - SQF is a food safety management system that is recognized by the Global Food Safety Initiative and is widely used by food companies around the world.

- British Retail Consortium (BRC) Global Standard for Food Safety - The BRC standard is widely used by retailers and food service companies around the world to ensure the safety and quality of their food products.

- International Organization for Standardization (ISO) 22000: is a food safety management system that covers the entire food supply chain, from production to distribution and consumption.

- Food Safety Modernization Act (FSMA): This is a U.S. federal law that aims at preventing foodborne illnesses by shifting the focus of regulation from responding to contamination to preventing it. The law requires food facilities to develop and implement food safety plans, conduct hazard analyses, and take steps to prevent contamination.

Conclusion. Adherence to food safety standards is essential for ensuring the safety and quality of food products. Food producers and manufacturers are responsible for following these standards and are subject to inspections and audits to ensure compliance. Consumers can also play a role in food safety by being aware of potential risks and food recalls.

References

1. Developing harmonized international food standards (Codex Alimentarius) URL: <https://www.who.int/europe/activities/>
2. US Food and Drug Administration URL: <https://www.fda.gov/>
3. Food Safety Management System Certification – ISO 22000 / HACCP URL: <https://universal-adria.hr/en/home/>

Scientific advisor: Nataliia Duzhyk

5. Mapping the status of genetically modified organisms worldwide

Valeriia Hladkova

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Genetically modified organisms (GMOs) refer to organisms whose genetic material (DNA) has been altered by means of genetic engineering. It has been used to introduce new traits into an organism, to enhance desired features or suppress unwanted ones. Despite the considerable benefits of GMOs and their commercial success, different societal groups are opposed to GMOs, expressing concerns about their impact on human health and natural habitat.

Materials and methods. Media publications and recent research works were analyzed to identify the world's leaders in production of genetically modified crops. Synthesis, comparison and deduction were employed to describe global agricultural trends.

Results. According to the International Service for the Acquisition of Agri-Biotech Applications (ISAAA), GM crops were grown on an area of 190.4 million hectares in 29 countries worldwide which corresponds to 14% of all global arable land in 2019 [1]. The top five producing countries are as follows: USA, Brazil, Argentina, Canada and India. They account for 91% of the total area under GM crops. China, an important export market, grows GM cotton and papaya. In 2022, data was available for 11 varieties of GM corn and three varieties of GM soybeans.

The EU GM regulations are considered to be the strictest in the world. Commercial cultivation of GM crops in the European Union is carried out in Spain and Portugal. GM corn is sown there on an area of about 100,000 hectares. In Spain, GM corn areas account for 25-30% of all areas under corn crops. However, some EU countries have abandoned the cultivation of GM corn, but continue to import it or have allowed exceptions for research purposes.

GM food has not found a wide public acceptance in Ukraine. Ukrainian consumers prefer domestic agricultural products to foreign ones. Ukraine's regulation of GMOs does not comply with a number of recent scientific advances. In 2007, the law entitled "On the state biosafety system for creation, testing, transportation and use of genetically modified organisms" was adopted. As a result, there are no GMOs in Ukraine de jure, and growing, circulation and export of GMOs and GM products exist in significant volumes de facto. According to various estimates, 50-70% of GM soybeans are grown in Ukraine, GM corn and rapeseed are represented to a lesser degree. From a legal point of view, it is illegal, but every attempt to handle the problem is met with criticism.

Currently the international market demands more and more organic products every year. This especially applies to industrialized countries, whose population has enough money to purchase quality food. Its production does not use mineral fertilizers, synthetic plant protection agents against pathogens and pests, or genetically modified varieties.

Conclusions. Thus, two trends are clearly notable in the international market: (i) GMOs are in demand worldwide; (ii) the popularity of ecologically clean products have been growing. In spite of the higher production costs of organic products, they are popular with customers because they are associated with better taste, and present no risk to personal health. GM crops are not an issue for the developing world since they help to solve the hunger problem and save people's lives.

References.

1. Global Status of Commercialized Biotech/GM Crops in 2019. URL: <https://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/55/executivesummary/pdf/B55-ExecSum-English.pdf>

Scientific advisor: Nataliia Duzhyk

6. Development of agriculture as a solution to the problem of hunger in the world

Denys Mateichuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Hunger is a pervasive problem in the world today, with millions of people suffering from malnutrition and starvation. The development of agriculture has been identified as a solution to this problem, as it can help to increase food production and provide food security for people in need. In this article, we will explore the importance of agriculture for addressing the problem of hunger in the world.

Materials and methods. Media publications and recent research were analyzed in the field of agriculture and nutrition. The method of synthesis and deduction was used to describe the current state of agriculture in the world, as well as to identify the problems faced by this sector.

Results. Agriculture is the primary source of food for people around the world. It plays a critical role in addressing hunger and is responsible for producing the food that people need to survive. Agriculture involves the cultivation of crops, the raising of livestock, and the production of food products such as dairy, meat, and eggs.

The development of agriculture has played a critical role in reducing hunger and malnutrition in many parts of the world. Advances in agriculture have led to increased crop yields and improved agricultural practices, which have made it possible to produce more food on less land. As a result, more people have access to food, and hunger rates have decreased in many countries.

In addition to increasing food production, agriculture also provides employment opportunities for millions of people around the world. This is especially important in rural areas, where agriculture is often the main source of income for many families. By providing jobs and economic opportunities, agriculture helps to lift people out of poverty and improve their quality of life.

Despite the critical role that agriculture plays in addressing hunger, there are several challenges facing the agricultural sector. One of the most significant challenges is climate change, which has led to changes in weather patterns and made it more difficult to grow crops. Droughts, floods, and other extreme weather events can destroy crops and lead to food shortages, which can exacerbate the problem of hunger.

Another challenge facing agriculture is the lack of investment in rural areas. Many farmers lack access to modern agricultural technologies and practices, which can limit their ability to produce food efficiently. This can lead to low crop yields and lower incomes for farmers, making it difficult for them to support their families and invest in their farms.

Conclusions. The development of agriculture is essential to addressing the problem of hunger in the world. By increasing food production and providing employment opportunities, agriculture can help to lift people out of poverty and improve their quality of life. However, there are several challenges facing the agricultural sector, including climate change and a lack of investment in rural areas. To address these challenges, it is essential to invest in sustainable agricultural practices and provide support to farmers in need. By doing so, we can work towards a future where everyone has access to the food they need to survive.

References.

1. Food and Agriculture Organization of the United Nations. *Hunger and food insecurity*. URL: <http://www.fao.org/hunger/en/>

Scientific advisor: Nataliia Duzhyk

7. Ukraine's food security under martial law

Illia Pilshchikov, Nataliia Duzhyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Food security of any country depends on its agriculture. Since the beginning of the Russian invasion of Ukraine in 2014, a number of human-made factors have affected Ukraine's food security. Investigating current and forthcoming trends in agricultural production can help to remedy the situation.

Materials and methods. Based on a review of media and scholarly sources, an assessment of Ukraine's current food security and a forecast of forthcoming trends are provided. Some measures aimed at mitigating the ramifications of the war are proposed.

Results. The active phase of the full-scale war with the Russian Federation, which started in 2022, is marked by Russian occupation of a number of most productive agricultural regions, by environmental destruction, by ruining the regions' industrial and agricultural infrastructure, by blocking domestic and international transportations routes, etc. Consequently, the falling level of Ukraine's agricultural production jeopardizes not only its food security, but also other countries' economies. Dependent on Ukrainian agricultural exports, many African countries have to find other suppliers to avoid food shortages. The war's negative impact on Europe will last predictively for a decade. The European Union countries will experience a decline in economic growth and a fall in living standards partly because of increasing defense expenses and humanitarian assistance to war refugees. Compelled to shorten supply chains, the USA and the rest of the world will be affected to a lesser degree.

Ukraine's food security index demonstrated a negative dynamic in 2012-2022. Its four indicators were smaller than those calculated for the EU countries. According to the forecast [1], the food security index will continue to decline in 2022-2027, which indicates a threat to economic and national safety of Ukraine. Along with streamlining the state policies in the military sphere, a number of measures should be undertaken to improve the country's food security, namely rethinking the logistics of agricultural supply, modernizing Ukraine's agricultural production with the help of international grants and credits, reforming the market mechanisms by enhancing their transparency.

The analysis of the Ukrainian legislation [2] reveals that it needs more specific regulations of the legal relations in the sphere of food security under martial law. Particularly, the national food security strategy has to consider current threats affecting the wellbeing of people, society and the country. In response to the Russian aggression, a special law "On Food Security of Ukraine" has to be passed. This law should account for Ukraine's course on European integration, strategic reforms in greening agricultural processes, sustainable development, and climate change.

Conclusions. Current war realities have to be analyzed scientifically and systematically in order to assess possible future trends accurately and mitigate adverse consequences of the war.

References

1. Гобела В.В., Мельник С.І., Курляк М.Д. (2022). Продовольча безпека України на фоні війни: оцінка стану та прогнозування тенденцій. *Цифрова економіка та економічна безпека*, 2(02), с. 92-97.
2. Курман Т.В. (2022) Агробізнес та продовольча безпека: проблеми правового забезпечення в умовах воєнного стану. *Аналітично-порівняльне правознавство*, № 3, с. 122-126.

8. Consumer demand for dairy products in Ukraine: factors and incentives

Mariia Davydchuk, Olga Nikitenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Dairy products are an important source of nutrition, rich in proteins, vitamins and minerals, which are necessary for the proper functioning of the body. In addition, it is an integral part of many dishes and drinks that we consume every day. That is why it is advisable to analyze the factors of demand for various dairy products and for products which are famous under TM Pyriatyn, in particular.

Materials and methods. The research uses such methods as observation, analysis, and expert evaluations. It also includes statistical data, information about the market and competitors, the results of previous studies, comparison, generalization and systematization.

Results. Some of the most significant factors that consumers may consider when choosing dairy products are as follows: Product quality: high product quality is one of the key factors influencing the choice of dairy products. Consumers are looking for products that have a pleasant taste, texture, color and smell. In addition, the quality of dairy products must meet food safety standards; Brand: well-known brands have a reputation as manufacturers that ensure high quality and reliability of their products; Price: price is an important factor as buyers usually look for products with the best value for money; Nutritional properties: some buyers are guided by the nutritional properties of dairy products, for example, the content of protein, fat, carbohydrates, etc.; Product range: The variety of dairy products can also influence consumer choice. Some consumers may look for a specific type of dairy product, such as low-fat yogurt or lactose-reduced milk; and lastly, placement on store shelves: sellers place products in such a way that the most popular brands or products are placed at the eye level of customers to attract their attention or the location of cheeses next to wine or bread can increase their popularity, for example.

Well-known JSC “Pyriatyn Cheese Factory” is one of the leading producers of dairy products in Ukraine and has some advantages compared to other cheese manufacturers. Firstly, the factory ensures the high quality of its products thanks to the use of modern equipment, high-quality milk and strict quality control at every stage of production. It also uses modern production technologies which allows to preserve the beneficial properties of milk as much as possible. Secondly, the plant offers a wide range of dairy products, including cheeses of different varieties, butter, cream, yogurts and other products that will satisfy the needs of different groups of consumers at an affordable price. Thirdly, JSC “Pyriatyn Cheese Factory” has a long history and a good reputation among consumers, which contributes to increasing trust in products. Fourthly, ecologically green products. The cheese factory is located in an ecologically clean zone, which affects the quality of milk and products made from it.

Conclusions. As a result of the analysis of demand for dairy products in Ukraine, it can be concluded that buyers are guided by various factors when choosing products, such as price, quality, brand, availability of promotions and discounts, composition and nutritional value of the product. Pyriatynsky cheese factory has its advantages among other dairy factories in Ukraine, such as high product quality, use of natural ingredients, a wide range of products and constant quality control. In addition, the plant is located in an ecologically clean area, which contributes to the production of healthy and natural products. Thus, the choice of products of JSC “Pyriatyn Cheese Factory” can be beneficial for consumers who appreciate high-quality products.

9. The impact of war in Ukraine on beer industry

Iryna Harkavenko, Olena Harkusha

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. 365 days after Russia launched a full-scale attack on Ukraine. It has been a tough year for Ukrainian citizens. Effects of war include mass destruction of cities and have long lasting effects on both country's and world economy.

Materials and methods. The analysis of the negative effects of war on Ukrainian and world's industry was carried out. The emphasis was made on the negative consequences in the beer industry sector. To make the following analyses we will use the information from scientific papers of native and foreign scientists. For the study, such general scientific and special methods as the empirical and theoretical methods of scientific research were applied.

Results. On February 24, 2022, the unprecedented attack of Russia on Ukraine was launched. The same day martial law was declared by the President of Ukraine throughout the country. Among other things, the law included restrictions on alcohol sales causing heavy losses to the Ukrainian alcohol sector in common and beer industry in particular. In 2022, the production of beer in Ukraine amounted 72.1% of the total value of the previous year. [1] Ukrainian breweries were forced to massively reduce or completely shut down all beer production. In March 2022, Obolon company, the largest national beverage producer in Ukraine, produced only 6.5% compared to the previous year. After a while, some regions started to ease the restrictions. Finally, in half a year in order to revive the economy of the state, the ban was completely lifted. The exact number of operating breweries was unknown, however, all of them faced such challengers as disrupted logistics and supply shortages.

Logistics challenges include fuel shortages, destroyed roads and lack of employees. Many workers have left the country, some have left to join the army or even lost their lives. Blocked ports are another problem in logistics. According to Ukrpivo, an industry body, Ukrainian beer exports in the January-to-September period decreased by 5.6 %.

Supply shortages include bottle and malting barley shortages. In March 2022, PrJSC Vetropack Gostomel in Kyiv, one of the leading manufacturers of glass packaging in Europe, was severely damaged and had to be urgently shuttered. The loss of the plant raised concerns about the potential bottle shortages even in Europe.

Ukraine and Russia are among the world's largest barley producers and exporters. However, since the beginning of the Russian invasion of Ukraine, Ukrainian exports of barley have been severely disrupted. Russia also imposed a ban on the export of certain types of grain, including barley. The loss of two of the largest barley suppliers has led to the great increase of barley prices around the world, and as a result to the significantly higher prices of beer.

The increase of beer prices was also affected by the sanctions against Russian gas, which is used in glass and aluminum production, as well as in the production of aluminum cans and for fuel, which is used all around in the beer industry.

Conclusions. Russia's invasion of Ukraine has already heavily impacted both national and world's industry and beer industry in particular. It has reshaped national economy. Countries reliant on the exports from both Ukraine and Russia suffered as a consequence.

References

1. Обсяг виробництва за 12 місяців 2022 [Електронний ресурс] / ПАТ Укрпиво – Київ, 2023. – Режим доступу: <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-za-12-misyatsiv-2022/>

10. Advantages of using formal methods and specifications in the testing process

Oleksandr Boiko, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. A surge of interest in formal methods in the testing process started in the first half of the 90s. It was prompted by the first results obtained, when using standard models and proper specifications in testing.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis of the research is a system of general scientific and unique methods, including methods of analysis and synthesis. A systematic approach is used to structure formal plans and specifications in the testing process.

Results. Formal verification is based on mathematical (logical) modeling of programs and their requirements.

1. A model is created.

A model is a representation of the system's structure and behavior. The model can be described in terms of the system's state, effects, final states, data, and control depending on the resulting method. Different sets of terms are used to represent other aspects of the system. A formal specification is a complete description of a system model and requirements for its behavior in terms of one or another standard method. Several models within several formalisms can be used to describe system characteristics.

2. The research results are transferred to a real object or phenomenon. Of course, the applicability of such approach is determined by the models used, because it is necessary to understand clearly the conditions of their adequacy.

Formal program specification languages (modeling languages) and formal requirements specification languages represent program and requirement models, respectively.

The advantages of testing based on formal models are:

1. The tests, based on the specification of functional requirements, are more effective because they are more focused on verifying functionality, than the tests, based only on implementation of knowledge.

2. The self-evaluation tests are created based on formal specifications. The criteria for evaluating the results of the target system can often be obtained from standard specifications.

3. Usage of formal methods allows to reduce significantly the complexity and duration of the testing phase. Firstly, this is ensured by the fact that the tests are developed from formal specifications or models, created during the design process. This allows to save time and finish the development of most of the tests before the implementation time. Secondly, the overall development effort is reduced because specifications and models are materials which can be reused.

4. Formal specifications facilitate problem analysis, reverse engineering, redesign, etc.

5. In the expanded version, the life cycle scheme also includes the phases of analysis of the so-called inherited software (legacy software), drawing up a plan for new developments and modernization of the inherited software material, etc.

Conclusions. According to the considered advantages of using formal methods and specifications in the testing process, it can be concluded that using these methods is essential.

11. Optimization of the capital structure as a tool for managing the value of enterprises

Karyna Panchenko, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. The formation of the capital structure is one of the most important aspects of the financial management of an enterprise. The policy in optimization of capital structure affects both the long-term and short-term financial stability of an enterprise and allows to rank sources of financing by their priority and cost.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis consists of conceptual provisions of fundamental and applied scientific works of domestic and foreign scientists in the field of financial management, systematic and integrated approaches to knowledge of economic phenomena and processes, as well as their interrelations.

Results. The approaches of optimization the capital structure of enterprises used in domestic practice are based on elements that are justified by foreign practice. Only in the complex use of approaches of foreign theories of optimization of the capital structure and developments of domestic scientists, taking into account the environment of functioning of business entities, it is possible to develop effective tools for maximizing the market value of the enterprise, minimizing the average market value of capital and the risk of loss of financial stability [1].

In the conditions of a developed stock market and the circulation of shares of companies in the securities market, calculation of the weighted average cost of capital (WACC), which is based on the model of capital assets (CAPM) is advisable to apply if there is reliable information in sufficient volume on cross-industry indicators. It is advisable to use the model of cumulative construction of the rate of income for invested capital, if there are no cross-industry performance indicators, no information for comparing the company, and for evaluating small enterprises, private joint-stock companies. The discount rate can be calculated using a combination of these two methods, if the stock market is not developed sufficiently or the company's shares are not in demand in the securities market, or there is no such company for comparison [2].

Conclusions. Determining the optimal financial structure of capital is a complex problem of financial management of enterprises. Optimization is the only tool for maximizing the market value of an enterprise, minimizing the weighted average cost of capital and the risk of loss of financial stability. It is advisable to calculate the weighted average cost of capital based on CAPM if there is sufficient information. The lack of information to compare companies and stock market development limits the use of the capital asset model.

References

1. Varchenko, O.M., Artimonova, I.V., & Holodenko, N.I. (2021). Optyimizacija struktury kapitalu jak instrument upravlinnja vartistju molokopererobnyh pidpryjemstv. *Ekonomika ta upravlinnja APK*, № 1, pp. 111–124.
2. Shherban', O.D., Nasibova, O.V., & Suhorukov, R.V. (2017). Metody reguljuvannja ta optyimizacii' struktury kapitalu pidpryjemstva [Methods of regulation and optimization of the capital structure of the enterprise]. *Ekonomika ta derzhava*, No 12, pp. 82–88.

12. The use of automated human resource systems at the enterprise

Olha Lastovetska, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. The effectiveness of the company's activities in the conditions of globalization of markets greatly depends on the qualification of the company's staff and its desire to work productively. That is why, the encouragement of company management to use human resource systems and information technology services becomes a determining factor, especially taking into account constant development of innovative technologies.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis consists of conceptual provisions of fundamental and applied scientific works of domestic and foreign scientists in the field of HRmanagement, systematic and integrated approaches to knowledge of economic phenomena and processes, as well as their interrelations.

Results. Ukraine faces an acute problem of choosing the optimal software for successful operation of a company. On today's market of software products there is fierce competition among software aimed at assisting personnel and human resources management. In general, information technology is a set of methods and means used to collect, store, process and distribute information. Modern HR information systems are designed to optimize the work of management and HR personnel and play a major role in increasing their productivity. In particular, HR managers can use such systems to eliminate the need for routine operations when working with personnel, preparing and recording orders. Automated storage and processing of complete personnel information also assists in efficient recruitment and employees transfer. In addition, such information systems provide automated salary calculation, taking into account information on staffing positions, vacations, sick leaves, business trips, benefits, and penalties. They help accounting staff to calculate salaries, generate accounting reports, and charge expenses to the cost of production accurately and promptly. And these are not all the functions of modern HR information systems.[1].

The tasks that personnel management information systems can solve are diverse, such as collecting information about the availability of personnel, transfer of management decisions in departments and quick coordination of decisions in different branches of the organization. In addition, information systems are partially used to improve the qualification of personnel, its training or retraining in one or another field. The *work.ua service* identified four systems, that are used by personnel managers at an enterprise most often. This is *BambooHR, Zoho People, CakeHR and Hurma*. [2]

Conclusions. In order to make effective management decisions in the conditions of the dynamic development of the market economy, an enterprise needs an appropriate system of information support for personnel management, which objectively reflects the existing economic situation. Effective work of personnel cannot be carried out nowadays without the use of management information systems, which contain all available personnel data, as well as technological schemes for effective management of this resource of the organization.

The use of modern information technologies in the activity of human resource managers significantly increases the efficiency of their work at all levels of enterprise management.

References

1. Vasylyk, A.V., & Tsarenko, O.S. (2015). The current state and problems of the use of borrowed labour technologies in Ukraine. *A young scientist*, No. 2 (1), pp. 150–154.

2. The main site of the platform «work.ua» URL:
<https://www.work.ua/ru/articles/employer/2308/>

13. Automation of resource planning for food industry enterprises

Pavel Yuschuk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Research on automation of resource planning for food industry enterprises is aimed at achieving their economical efficient performance.

Materials and methods. the ERP system integrated into the general system served as a material for research.

Results. Growing companies eventually reach a point when conventional spreadsheets can no longer handle the volume of business data processing. Then special systems come to the rescue. Particularly, ERP systems cover a wide range of business processes, including finance, logistics, transportation management, human resources, sales, and distribution.

Managing a food enterprise is represented as a pyramid, where each level influences different factors of enterprise management, depends on others, and together represents a complete complex of managing the entire enterprise.

The Device level includes all the production equipment (sensors, actuators, programmable logic controllers, etc.). This level specializes in the physical execution of certain technological processes in the food production industry. The next level is the SCADA level, which is responsible for the control of the technological process and monitoring its execution. Various human-machine interfaces and their modifications belong to this level. The third level is the MOM level, or Manufacturing Operation Management. At this level, production planning management is carried out, specifically planning the maintenance of the enterprise's mechanical equipment, planning the production of food products and their volume, inventory of raw materials in stock, etc. The final level of enterprise management automation is the Enterprise level. This level is related to business planning, order acceptance and processing, supply and logistics planning, analysis of enterprise productivity and profitability, analysis of performance and costs of food production.

Currently, there are very few automated resource management systems implemented in the Ukrainian food industry enterprises. The majority of them only automate the first two levels and rarely employ the MOM level. Resource management is usually carried out in the form of paper documentation, phone calls, or, at best, with the use of some software, but without integrating into a single enterprise management system.

Conclusions. To achieve the goal of stable resource management in food industry enterprises, it is necessary to integrate and implement the ERP system into the general enterprise management system. This can provide an automated algorithm for planning and actions of the enterprise and eliminate most non-standard situations.

References

3. Vieille, J.(2007). Manufacturing Information Systems: ISA88/95-Based Functional Definition, 3-17.
4. Glenn, N., & Braun, D. Lean MIS can't miss (2006). Manufacturing information systems, *InTech*. №11.

Scientific advisor: Nataliia Duzhyk

14. Automated Control of a Solid Fuel Boiler with an Intelligent Decision Support Subsystem

Roman Karpenko, Hahyna Cherednichenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. This project is focused on improving energy efficiency indicators and ensuring the necessary speed of processes in solid fuel boilers. Such objects are characterized by high inertia of the fuel combustion process. It is possible to prevent the occurrence of abnormal situations with the help of the decision support subsystem. This will reduce equipment breakdowns and unwanted downtime.

Materials and methods. The research is based on the developed algorithms and the correct selection of the necessary settings of the solid fuel boiler automation system. The settings can be adjusted depending on what raw materials are used. There are several ways to remove soot from the heating surfaces of the boiler. These include steam-mechanical, pneumatic, mechanical using metal balls, and chemical methods.

Results. The burning of alternative fuels requires additional mechanical impact on the heating surfaces of the solid fuel boiler compared to burning natural gas on a gas boiler, which is easier. A plaque that comes on the heating surfaces of a solid fuel boiler worsens heat transfer from the furnace to the water pipe circuit. Also, with excessive and long-term slagging, overheating of boiler's individual sections occurs and, as a result, the pipe breaks.

Based on the analysis of the specifics of operation of solid fuel boilers, it was determined that modern automation systems of technological processes contain various types of information. This can be used by the decision support subsystem in order to increase stability of main indicators of efficiency of the steam production and boiler equipment. During inertial transient processes in the boiler unit, the current characteristics of raw materials also play a significant role (such as temperature, humidity, and fraction) depending on the type of solid fuel (wood chips, sunflower husk pellets, granulated pulp, and hard coal, etc.)

As a result of research, it is determined that steam mechanical blowing is the most effective and practical cleaning method from the point of view of operation, because steam can be moved directly from the steam collector of the boiler and proceed further under high pressure. In this way, the heating surfaces can be cleaned quite effectively, unlike other methods, some of which are harmful to a boiler.

Conclusions. The decision support subsystem of solid fuel boilers helps to determine the general degree of contamination of the heating surfaces, and therefore, the frequency, and intensity, of their automatic blowing. This system also helps to prevent boiler from slagging, which in its turn influences boiler's efficiency and period of trouble-free operation.

References

1. How to master the fouling challenges with biofuel- and waste-to-energy boilers | Heat Management. (2021). Heat Management. <https://heatmanage.com/news/how-to-master-the-fouling-challenges-with-biofuel-and-waste-to-energy-boilers/>
2. Keen, Peter (1980). "Decision support systems : a research perspective". Cambridge, Massachusetts: Center for Information Systems Research, Alfred P. Sloan School of Management.

15. Peculiarities of the application of corporate social responsibility tools

Inna Drukarenko, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The work of any company, enterprise, corporation in one way or another has a certain impact on the environment and society. The corporate social culture of an enterprise is a concept that implies responsibility for this impact. A concept that usually goes beyond commercial activities and takes into account not only its corporate interests, but also the environmental and social consequences of its activities.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis consists of conceptual provisions of fundamental and applied scientific works of domestic and foreign scientists in the field of management, systematic and integrated approaches to knowledge of economic phenomena and processes, as well as their interrelations.

Results. Corporate charity and volunteering, sponsorship, advertising and information campaigns are well known traditional corporate social responsibility tools. Corporate philanthropy means providing financial assistance to certain charitable projects, or an enterprise itself as an initiator of a charitable project. An enterprise can also finance targeted projects, for example scientific research, entrepreneurial, environmental, sports. In addition to financing, the company can provide its products, production equipment or premises as assistance.

Corporate volunteering is a continuation of corporate philanthropy, in such cases company does not provide finances, but personnel. At the same time, the global goals as charity and development remains.

Sponsorship is a mutually beneficial cooperation. As part of corporate social responsibility, it means financing or other support of certain events, projects or initiatives that have great cultural, social or other significance. At the same time, the company receives advertising and promotion.

Advertising and information campaigns are measures that are aimed at increasing attention to socially important issues and problems that the company solves with the help of advertising and PR tools.

Most enterprises, especially large ones, are either implementing or have been operating within the framework of corporate social responsibility. There are many reasons for this. Firstly, it is a sincere desire to help the city, country, planet, and people. To make life better and more comfortable. Secondly, it influences reputation of the company and brand positively. The fact, that the company provides corporate social responsibility, encourages the buyers to purchase the products of this particular company. In this way, the client also participates in the company's charitable actions. Thirdly, it is company's reputation as an HR brand. When a company has a high corporate social culture, employees do not want to lose their jobs, and vacancies are filled in quicker. Also, companies, that are engaged in charity, receive tax discounts and are exempt from certain types of taxation.

Conclusions. Such traditional tools as corporate philanthropy, volunteering, sponsorship, advertising and information campaigns can contribute to the development of a strong corporate social culture of an enterprise. Such initiatives improve the company's reputation and have a positive impact on its brand.

References

1. Kolot, A. M., Grishnova, O. A., & Gerasimenko, O. O. (2015). *Social responsibility: tutorial*. Kyiv: KNEU. 519 p.

16. Social responsibility of food industry enterprises in Ukraine

Oleksandr Rozumei

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In recent years, issues of corporate social responsibility have become increasingly relevant. Since the food industry in Ukraine provides consumer goods to satisfy the primary needs of the population, it is a strategic socially-oriented sector of the national economy.

Materials and methods. The research used methods of analysis, synthesis, and generalization.

Results. The activities of food industry enterprises have a significant impact on the development of the country's economy and the level of welfare of Ukrainian society. Their mission is to ensure high-quality food products, protect health, ensure consumer safety, and comply with environmental and social standards. The priority direction of Ukraine's development is Euro-integration, so Ukrainian businesses and food industry enterprises, in particular, should focus on European standards, which include three areas of social initiatives, namely: economy, employment, and environmental protection.

One of the most important aspects of corporate social responsibility in the food industry is ensuring a quality level of product manufacturing. Enterprises must adhere to hygiene, storage, and processing rules for products, use safe ingredients, and ecological technologies. Food industry enterprises must be attentive to consumer needs and take into account their preferences and tastes. Corporate social responsibility also includes adherence to ethical norms in relationships with employees. For example, enterprises must ensure work safety and prevent discrimination.

Let's consider the manifestations of social responsibility of PrJSC "Obolon". Professional sports and a healthy nation cannot exist without the development of children's and youth sports, which is why the company promotes physical education and sports among Ukrainians. It supports various social initiatives such as sponsoring sporting events, organizing fitness events, and more.

According to ecologists, on average, a Ukrainian generates 220-380 kg of solid household waste per year, and this amount is growing every year. Therefore, PrJSC "Obolon" has started implementing its own program for processing plastic waste [2].

PrJSC "Obolon" adheres to gender equality. As part of the "Equal Opportunities" project, it became the first Ukrainian company to develop an official document on gender issues. This is now a component of the company's policy.

Conclusions. Therefore, social responsibility of food industry enterprises is an important aspect of sustainable development of society. It ensures the quality of food products, satisfies consumer needs, and supports environmental sustainability.

Research has shown that "Obolon", like most Ukrainian companies, pays attention to the quality of its products and adheres to production norms and standards, acts socially responsible in society and the environment.

References

1. Pushak Ya. Ya., Lagodienko V. V. Social responsibility of food industry enterprises as the basis for innovative development of the modern economy. Actual Problems of Innovative Economy. No. 3. 2018. URL: [apie_2018_r03_a05.pdf](#)

2. Sustainable Development Report of the Obolon Corporation. URL: <http://surl.li/fnldy>
Scientific advisor: Andrii Ulishchenko

17. The analysis of essence of the enterprise's financial resources

Viktoriia Bai, Halyna Cherednichenko

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Introduction. Every enterprise strives to develop, improve itself and stay competitive on the market. The functioning of an enterprise today requires effective management of financial resources, because they are an integral part of its functioning.

Materials and methods. Many scientists contributed to the study of the financial resources of an enterprise, for example, J. Richard De, I.S. Hutsal, D.K. Van Horn, Rybalko N.O., Blank I.O., Holt R.N., Rudchenko I. V., Bilyk M., etc. The method of analysis and comparison is used in the study of this topic.

Results. An enterprise uses certain resources in its activities, namely materials, labor, financial resources. Financial resources and methods of their formation are the most complex in the financial categories. Management of financial resources includes:

- searching for additional resources which can be favourable for an enterprise,
- investing and carrying out certain operations on the financial market to increase the positive result of functioning.

Therefore, it is worth paying more attention to the essence of financial resources. Ukrainian scientists, who studied their economic nature, have very different views on definition of financial resources. The most common definition is that financial resource is everything that can be used for the production process. Another point of view is that financial resources is money for a specific purpose (funds, income, savings). Financial resource in business is a complex economic category. There is another point of view that financial resources are not only money, but prepaid funds in fixed and working capital. Another scholars believe that financial resources are all funds of an enterprise, accumulated in the process of distribution and redistribution of the gross domestic product, accumulated in special funds and transformed into the appropriate material form or intended for the implementation of specified expenses. This definition of the essence of financial resources is based on their expanded interpretation.

Financial resources are a basis of entrepreneurial activity. After all, they create the necessary material basis for the functioning of the business on the market, providing what consumers want. Their lack in business can become a very powerful brake for company's development. All classifications of financial resources of enterprises have certain differences, which are mainly reflected in the concepts, classification tools and signs of classification of various types of financial resources of enterprises.

Conclusions. As a result of the conducted research, we defined financial resources as all funds of an enterprise, accumulated in the process of distribution and redistribution of the gross domestic product, and transformed into the appropriate material form or intended for the implementation of specified expenses. We should emphasize that the financial resources of the enterprise is a complex economic category and have a multifaceted economic essence.

References

1. Dzerleiko, S., Lopatovskyi, V., & Shpylovyi, V. (2022) Definition of «financial resources» and «cash». *Innovation and Sustainability*, №2, p. 131-138.
2. Masyuk, Julia, & Shkoda, Anastasia. (2021). Peculiarities of formation and use of financial resources of the enterprise. *Economy and society*, №34.

18. Current State of the Stock Market in Ukraine

Mariia Korniienko, Olga Nikitenko

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. The stock market is an important component of the financial sector, which is necessary for ensuring sustainable economic growth. Ukraine needs further integration into the global economy and the implementation of international standards for regulating the stock market to achieve this goal.

Materials and methods. The research is based on a system of special and general scientific methods, namely: the method of scientific abstraction and generalization, synthesis, and analysis. Statistical data from the website of the National Securities and Stock Market Commission of Ukraine were used.

Results. Two powerful factors - the war on the eastern borders and the signing of the Association Agreement with the EU - have had an impact on the economy of Ukraine and, consequently, on the activity of stock trading. Formally, all indicators of the stock market have been decreasing annually from 2014 to 2020, with a slight increase in 2021. The number of organizers of stock trading has decreased from 8 to 4 in the last 5 years (currently, PJSC "Stock Exchange PFTS", PJSC "Ukrainian Exchange", JSC "Ukrainian Interbank Currency Exchange", and JSC "Perspective Stock Exchange" are functioning). In 2018, the NCSSM developed a proposal for legislative changes to regulate the stock market, with support from the EBRD. Since then, several key laws governing the stock market in Ukraine have been reviewed and amended, including the Laws of Ukraine "On Depository System of Ukraine," "On State Regulation of Capital Markets and Organized Commodity Markets," "On Investment Institutions," and "On Capital Markets and Organized Commodity Markets," have been reviewed. The changes affected the powers of the NCSSM in licensing market participants, the operation of depository and clearing institutions, risk management principles, access of Central Counterparties to trading platforms, reporting requirements for operations, pricing of services, and more [1].

The Ukrainian government has been motivated to enhance the regulation of the stock market due to the demands of foreign partners and global organizations. The signing of the Association Agreement with the EU served as a significant impetus, leading to several notable developments: 1) the Comprehensive Program for the Development of the Financial Sector of Ukraine until 2020 was developed; 2) the NBU signed an agreement on cooperation with the international securities depository Clearstream, which allowed foreign investors to access the domestic government bonds market; 3) the NCSSM started to remove dishonest players from the market; 4) on May 28, 2019, a Memorandum of Understanding and Cooperation was signed between the NCSSM, the National Bank of Ukraine, the National Commission for State Regulation of Financial Services Markets, the Ministry of Finance of Ukraine, and the Deposit Guarantee Fund for Individuals; 5) changes were made to the legal regulation of depository and clearing activities [1].

Conclusions. The state of development of the stock market in Ukraine is inefficient due to the conflict of interest between oligarchs and market regulatory bodies. There is gradual alignment with EU standards for regulating stock markets in legislation, but the domestic market is severely limited by the reluctance of owners of large businesses to allow external investors to purchase the securities they issue.

References

1. Stock market in Ukraine: prospects for development and world experience of state regulation. SMEU. 2021; Issue 3, Number 2.: pp. 290 - 303.

19. Peculiarities of economics and management at the National University of Food Technologies

Ivanna Tataryn, Nataliia Tsypanova

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In the 21st century, economics and management are very important in everyone's life. There is no person in the world who would not be involved in money market relations. Everyone is involved in buying and selling goods, so people should understand these concepts.

Materials and methods. The following analysis methods were used in the research of this issue: observation, analysis and quotes of economics and management.

Results. People who know the economy have an impression of problems and successes. This is confirmed by one quote from Herbert Simon: "Economic man deals with the real world in all its complexities." It is true; a person who is engaged in economic affairs has a clear idea of the situation in the country from an economic point of view, which is not able to be seen by an ordinary citizen of this or that country. Economics helps to understand such general social phenomena as wealth and poverty, unemployment and inflation, budget deficit and public debt. Knowing their essence and influencing factors, it is possible to predict the development of events, to carry out certain measures of stimulation or restraint, development or inhibition, to look for resources for implementation or to change the forms of organization.

The National University of Food Technologies has got a powerful Department of Labour Economics and Management. A great advantage of this department is English project that is held in English in small groups. Students have got possibility to improve language skills and learn Economics and Management. It opens up prospects of employment and career growth in international companies in Ukraine and abroad. Our university gives an opportunity for students to practice work in such professional application packages like Project Expert, Parus, 1C: Enterprise, QD Professional, MD Office, automated systems ERP, WMS, TMS, etc. when studying courses related to the use of IT-digital technologies in management and personnel management.

Management is an integral part of the functioning of organizational systems of various natures: biological, technical, socio-economic. In each of them there are objects that subordinate others to themselves, and therefore control them, force them to move in a certain direction, perform given actions, and organize their activities as a whole. What managers provide? They form the goals of the organization, provide it with resources, plan and control, make decisions and organize activities. The personality of the manager is the main factor in ensuring the effective development of the company. Also, managers have a decisive role in making management decisions, the correct use of available resources, ensuring the vital activity of the enterprise and achieving the set goals. That is, the connection between management and economics is called economic management.

Conclusion. So, as a result of the research, I discovered that economics and management are closely related and are very important in every country. Also, only attentive and stress-resistant people who are good at keeping accounts at work can deal with the economy.

20. The impact of artificial intelligence on human rights: ethical dimensions

Sofia Yanenko, Nataliia Duzhyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In spite of the numerous advantages that AI has brought to various spheres of human life, its uses have been raising serious ethical concerns. Some of AI-related incidents were linked to violation of human rights and became a subject of heated discussions.

Materials and methods. Review of recent research and articles from the press allowed us to identify commonly discussed problems related to the use of AI and its impact on human rights. The synthesis of findings highlights various ways in which AI impacts human rights, including privacy violations, discrimination, and threats to the right to work.

Results. The following examples illustrate how AI-based products can encroach on human rights.

Employment discrimination. Guided by specific criteria, AI can be programmed to automatically screen job applicants so that the desirable pool of applicant is built. This practice leads to discrimination based on race, gender, or other characteristics. For example, while testing AI-hiring system in 2015, Amazon discovered that it consistently discriminated against women. The company edited the programs to make them gender-neutral.

Privacy breaches. AI can aggregate users' personal data, collected through cameras or microphones to create users' profiles and customize advertising messages. This practice can violate the privacy of people who do not know that their data is being collected and used. AI-based systems can track people's movements, activities, and even emotions. Moreover, the use of facial recognition technologies in conjunction with monitoring tools can cause misidentification and false accusations, further violating people's rights.

Distortion of reality. The use of artificial intelligence for creating fake videos, images, and audio recordings results in misinformation and violation of ethical norms in the media. Deepfakes, doctored videos or images can be highly convincing, spreading false or defamatory information. Distortion of reality can have serious social and political consequences since it undermines public trust in information sources, creates confusion and chaos, and even can be used for blackmailing or extortion.

Automated legal decision-making. AI can be used to make decisions in legal matters, such as compensations for damages in road accidents or in distributing punishment. However, such systems can be programmed with certain assumptions that may contribute to discrimination or making incorrect decisions. For instance, forecasting policing algorithms that rely on biased data can perpetuate racial and social inequalities in the criminal justice system.

Civilian targets at times of war. Military use of AI-enabled equipment, i.e. self-directed weapon systems, results in increased casualties during war. Such systems make decisions on using lethal force without human intervention. Due to their complexity and increasing autonomy, modern weapons systems present a real danger to humans and their environment. Moreover, they can malfunction or be hacked, causing unintended harm or targeting civilians.

Conclusions. AI has the potential to both positively and negatively impact human rights, depending on how it is developed and implemented. To ensure that human rights are protected, the following measures are to be undertaken: (i) raising customer awareness about AI-enabled products, (ii) thorough testing of AI-applications before their release, (iii) including in developers' teams representatives of minority groups, and (iv) developing a human rights framework by the academic community.

21. Artificial intelligence in the accounting process

Inna Makovei, Yuliana Malyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Nowadays, artificial intelligence (AI) is becoming a real and widespread part of our daily lives. The application of AI in the field of accounting is also relevant. The big question today is what impact artificial intelligence is having on accounting in general, and how AI innovations could change the work of accountants and whether it could threaten the extinction of the profession itself.

Materials and methods. The basis of the research was in general scientific methods, system analysis and information search. There also were studied different publications about accounting and modern technologies.

Results. Since scientific and technological progress began to play a particularly important role in the 21st century, the growing trend of involving artificial intelligence in the professional activity of accountants is noticeable. Transformational processes significantly affect the activity of an accountant, because every moment a specialist uses software to implement the accounting process at enterprises, such as: Medoc, Excel, jSolutions, BookKeeper, SaaS. Specialists most often use the following software complexes for large businesses, such as: Scala - used to automate accounting in multinational corporations, SunSystem - used for consolidated accounting of foreign branches. Artificial intelligence tools can drive new and improved accounting analytics. In addition to data processing, the audit process can also be greatly facilitated. The World Economic Forum (WEF) has published numerous reports on how AI will affect jobs around the world. In fact, their analysts predict that automation will add 58 million jobs. According to the WEF study, this situation was demonstrated by the example of the implementation of Excel: this software greatly facilitated the process of keeping records in the enterprise and did not replace skilled workers. AI is built on algorithms that improve over time as more data is fed to them. In addition to continuous improvement, artificial intelligence is not subject to human error and can work around the clock. The most popular auditing company Deloitte has announced that it will introduce AI in taxation, accounting and auditing. Experts say that the use of AI can definitely solve the problems with the efficiency of employees; instead, they will be tasked with thinking critically and effectively directing their strategic goals to the company's activities.

The use of artificial intelligence tools in accounting and finance is just beginning. However, technology is becoming more sophisticated and the tools and systems available to support accounting are expanding at a rapid pace.

Rapid development brings improvement and facilitation of the routine work of accountants, but at the same time there may be a danger of reducing the number of jobs, and sometimes the complete elimination of an entire profession, because artificial intelligence will make it faster, better and cheaper, and, accordingly, people will have to look for new approaches to performance their tasks.

Conclusions. To sum up, we can say that artificial intelligence is unlikely to threaten the complete disappearance of the profession of accounting, but it can significantly facilitate the work of accountants, and, therefore, it can contribute to increasing the effectiveness of their professional activities.

22. Classification of financial positions in the United Kingdom of Great Britain

Mariia Dukhnovska, Yuliana Malyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Financial services continue occupy an important place in the structure of the financial market. Today, in Great Britain, in addition to a wide range of financial services (banking, insurance, asset management, etc.), a variety of related services are also offered - accounting, legal, information, consulting, etc. The study of the classification of financial positions is relevant today in this country.

Materials and methods. The following research methods were used in the study: abstract and logical, comparison and scientific generalization.

Results. Financiers in Great Britain, being professionals in the field of financial transactions, deal with monetary transactions, directing financial flows, project financing, capital management, in accordance with current legislation. Thus, the specialty of a financier is quite multifaceted. Let's consider the most popular positions of financial specialists.

Finance Assistant (Officer)/ Finance Analyst/ Accounts Assistant/ Administrator – entry-level positions, usually require no experience or qualifications, or minimal experience. Often these positions involve a high proportion of administrative duties, i.e. entering information into the financial system, organizing financial documents and files, sending out standard reminders or confirmations by e-mail, and answering queries.

Bookkeepers / Financial Controlleri - are involved in entering financial data into the system and keeping track of accuracy, organizing the documentation of financial transactions, and may also deal with bill payment or Payroll. These positions require financial qualifications, knowledge of accounting standards (IFRS is most important in the UK, although small businesses operate under simplified standards), experience in managing people, and most often, knowledge of the area of industry in which that organization/company operates.

Finance Manager – usually leads a team and is responsible either for a broad set of financial functions of the company (in a small business) or for some department or part of the finances (in a larger company). This position usually requires qualifications and experience and, more often than not, experience in leading a team.

Finance Business Partner – this position could be the equivalent of Finance Manager, but with a more significant requirement to build relationships with non-finance colleagues in the business department for which the Finance Business Partner is responsible and a deep understanding of their business structure.

Finance Director/CFO – Chief Financial Officer, leads all financial teams in the company, responsible for all financial aspects and financial strategy. This position requires financial qualifications and extensive experience in finance, in the industry, and in managing finance teams. In addition, this position is often required to have industry contacts in a given region, which only arise as a result of significant experience in that industry.

Conclusions. As a result, having studied the hierarchy of financial positions in Great Britain, we have formed a clear idea of the specifics of the professional activity of accountants and financiers, and we also understand the opportunities for employment of specialists in the field of finance abroad.

23. How advertising helps business

Vladyslava Nizovskykh, Yuliana Malyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. In our modern world, it is difficult to imagine a successful company or a rapidly growing business without its advertising and interaction with other people. Advertising plays a crucial role in the success of any business. Through various advertising channels, businesses can reach a wider audience, establish brand recognition, and drive sales. In this article, we will explore the impact of advertising on business growth and success.

Materials and methods. This study involved a comprehensive review of existing literature on the impact of advertising on business. The research utilized a range of sources, including academic journals, industry reports, and case studies.

Results. Modern business widely uses advertising. Competent advertising allows maintaining the market position, attracting new customers and even increasing your income in troubled crisis periods. Using different advertising channels, companies can reach their target audience and create brand awareness. This, in turn, leads to increased sales and, accordingly, income. Effective advertising also helps businesses stand out from their competitors, establish themselves as industry leaders, and adapt to market changes.

Advertising has a significant impact on business growth and success. One of the primary benefits of advertising is its ability to reach a wider audience. By using various advertising channels, such as social media, television, print media, and billboards, businesses can effectively communicate their message to their target audience. This helps businesses create brand recognition, which ultimately leads to increased sales and revenue. Furthermore, advertising helps businesses differentiate themselves from their competitors. By highlighting their unique selling propositions and showcasing their products or services' benefits, businesses can establish themselves as industry leaders. This, in turn, leads to increased consumer trust and loyalty, which translates into increased sales and revenue.

Finally, the study finds that advertising helps businesses adapt to changes in the market. By adapting their advertising strategies to changing market conditions, businesses can stay ahead of their competitors and maintain their competitive edge. This approach not only leads to increased sales and revenue but also helps businesses stay relevant and adapt to changing market trends.

Conclusions. In conclusion, the study's results demonstrate that advertising is a critical component of a successful business strategy. Various advertising channels contribute businesses to reach a wider audience, establish brand recognition, differentiate themselves from their competitors, and adapt to changing market conditions.

References

- 1.Kotler, P. (2018). *Marketing management*. Pearson Education India.
- 2.O'Malley, L., & Patterson, M. (2019). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications approach*. Routledge.
- 3.Jones, J. P. (2019). Advertising as a tool of competition. *Journal of Advertising Research*, 57(1), 1-3.
- 4.Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2020). Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(10), 214-227.

24. Marketing events during the war of Russia against Ukraine

Julia Perebiynis, Nataliia Duzhyk

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Under martial law adjustments in the marketing activities of enterprises have been made. Now, the process of promoting products and services that cannot be classified as basic necessities has become much more complicated because of the constant threat of missile attacks, inflation, problems with electricity, water supply, heating, etc.

Materials and methods. Recent works of practicing specialists and domestic scientists were analyzed to identify the current trends in event marketing caused by the Russian invasion to Ukraine.

The results. Event marketing is a set of events, promotions and actions aimed at promoting an organization, brand or service.

Initially, the COVID-19 epidemic forced enterprises to make adjustments in the conventional system of event marketing by changing the format of events and redirecting most of them to the online format.

From the beginning of 2023, the war and its consequences have led to adjustments in marketing events in Ukraine, which could be attributed to the following: problems with electricity; a decrease in the purchasing power of the population due to increases in the level of unemployment and the rate of inflation, a constant threat to life, which affects the mental condition of the consumer, his perception of the world and information.

One of the most unexpected, really large-scale events was the event-rescue operation by the Ukrazaliznytsia company, when, on its own initiative, evacuation trains were launched from all, even hot spots of Ukraine, and trains for the wounded and other war-related purposes were provided urgently.

A marketing event by the Beton vid Kovalska company consisted in developing a Kyiv quest for children by decorating concrete block posts.

The projects by Keepstyle in the form of the Spend with Ukraine initiative are also worth mentioning. Among them were several small projects, one of which was the charity exhibition "Created by Ukrainians." The exhibition was based on a single concept: everything on display was created by Ukrainians in different parts of the world, with their eyes and feelings. The photos were presented in the form of interior posters which could be purchased online on the Keepstyle website.

Following the Russian invasion to Ukraine, there has been a decrease in the number of marketing events in Ukraine. On the other hand, there has been an increase in the number of events for Ukraine held in various countries – especially in Western Europe and North America – by Ukrainian and foreign cultural figures.

Conclusions. During the Russian-Ukrainian war, the event marketing activities have been adjusted in a number of ways.

Firstly, Ukrainian marketing events have undergone major organizational changes in response to an increased danger to life which excludes the possibility of organizing mass events. However, problems with electricity supply make the idea of holding events online less practical than before.

Secondly, if, before the war, event marketing was primarily aimed at promoting brands to increase profits, today's goal of event marketing is to win a loyal audience and form a stable backbone of a dedicated community.

25. Video game marketing

Anastasiia Kononenko, Bozhok Nataliia

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. All types of businesses, whether they sell products or offer services, whether they operate in physical stores or online, require marketing in order to succeed. Video game companies rely heavily on digital marketing strategies since they operate primarily online.

Materials and methods. Here are some video game marketing methods that you can use: game marketing on YouTube, game marketing through blogging, app store optimization for games, increasing your game's exposure by offering it for download on multiple app stores, creating page in social media for your game marketing, game influencer marketing, making an appearance on podcasts that focus on gaming.

Results. YouTube offers a vast range of possibilities to market your game and engage with prospective players and reviewers. One effective way to start is by creating a promotional teaser that showcases the most thrilling aspects of your game. "A blog is an excellent way to post news updates about your game and to share valuable information concerning mobile games and the app industry," according to Take Out App Development. When creating blog posts, it's crucial to ensure they are entertaining, educational, and innovative to encourage social media sharing among gamers and attract new readers.

App Store Optimization (ASO) is a marketing strategy used in video game marketing. By implementing app store marketing techniques, your game will be discoverable, and you can increase the discoverability of your game in the app store's search results and convert visitors into players. Aside from the apparent Android and iOS platforms, you can target other platforms to maximize your game's visibility. A significant percentage of the world's population is active on social media. It's likely that you also have at least one social media account. As a result, incorporating social media marketing into your video game marketing strategy is crucial for reaching and engaging with gamers.

By collaborating with the right influencer, your game can potentially be exposed to thousands, or even millions, of potential customers. Influencers typically work on a "promotion for cash" basis, so this could cost you a bit, depending on their audience size.

Conclusions. The video game industry is a rapidly expanding billion-dollar market, making it an attractive goal for many aspiring game developers. By implementing these marketing strategies, be prepared to exercise patience as seeing results can take time. It may be helpful to try one strategy at a time to determine which approach works best for your particular game.

References

1. Faith Nyky and Shutterstock (2022) Inven Global Authors, *Five Marketing Strategies for Video Games*

Access mode: <https://www.invenglobal.com/articles/17730/five-marketing-strategies-for-video-games>

2. Game Marketing Genie (2018, last updated 2022) Blog, *11 Video Game Marketing Strategies You Can Use Right Now*

Access mode: <https://www.gamemarketinggenie.com/blog/11-video-game-marketing-strategies#:~:text=11%20Video%20Game%20Marketing%20Strategies%20You%20Can%20Use,Game%20>

26. Effect of drug products' dosage form on consumer preferences and sales

Kateryna Solovian

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Introduction. Type of dosage form significantly affects the consumer preferences and, correspondingly, sales of medicinal products.

Materials and methods. Such methods as: scientific abstraction, analysis, comparison and deductive method were used.

Data extracted from specific pharmaceutical database PharmXplorer is used for actual analysis of the current market situation.

Results. The most common route of administration of medicinal products is oral route. This route is mostly preferred by consumers due to advantages such as patient compliance, non-invasiveness, ease in administration, and absence of the need to have a specific medicinal supervision (nurses etc.).

However, many dosage forms are applicable for oral administration. Such dosage forms include but not limited to tablets, capsules, oral liquids (drops, syrups, tinctures etc.) and others.

However, many pharmaceutical companies develop strategy to bring on the market different dosage form (for oral administration) of the same API (or combination of APIs) if it is possible considering the properties of API. This is mostly due to necessity to satisfy different consumers preferences and needs. Such factors may include ability to swallow solid oral dosage forms which is mostly relevant for older patients and children, ease in use (patients' compliance) - relevant for adults having active life style, organoleptic characteristics (taste, smell and palatability) – relevant for children and adults etc.

Considering all these factors and emerging new technologies and solutions in pharmaceutical industry significant shift in preference for oral solid dosage forms may occur:

- to ease swallowing new specific coating are proposed for tablets;
- solid dosage form - coated tablets or capsules - increase patient compliance due to masking of the specific taste and smell of product's formulation;
- solid dosage forms such as chewable tablets, orally disintegrating / dissolving tablets (ODT) can be used as alternatives for liquid forms for children.

Comparison of sales (market – Ukraine, time period - 2022) of well-known over-the-counter (OTC) products which are available in different oral dosage forms (tablets *versus* oral liquid) is presented in table below:

	Sinupret [®] , Bionorica		Kanefron [®] , Bionorica	
	Tablets	Oral drops	Tablets	Oral drops
Sales, thd. packs	576.420	220.090	976.000	257.290

Conclusions. Solid oral dosage forms are most preferable by consumers due to increased patient's compliance. Emerged new technologies in solid oral dosage form formulation may also provide advantages for groups of patients sensitive to solid dosage forms.

References

1. Liu, F., Ranmal, S., Batchelor, H.K. et al. (2014). Patient-Centered Pharmaceutical Design to Improve Acceptability of Medicines: Similarities and Differences in Paediatric and Geriatric Populations. *Drugs* 74, 1871–1889. <https://doi.org/10.1007/s40265-014-0297-2>

Scientific advisor: Andrii Ulishchenko

Наукове видання

**89 Міжнародна
наукова конференція молодих учених,
аспірантів і студентів**

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

3-7 квітня 2023 р.

Частина 3

Відповідальна за випуск Н.В. Акутіна

Підп. до друку 31.03.23 р. Обл.-вид. арк. 62.03.
Наклад 40 пр. Вид. № 04н/18 Зам. № 06-22
НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.